



Perspectivas da Folkcomunicação como Resistência Cultural¹

José Airton Nascimento Diógenes BAQUIT²

Mônica Mota TASSIGNY³

Universidade de Fortaleza, Fortaleza, CE

Resumo

Fundada pelo jornalista Luiz Beltrão, a folkcomunicação existe há mais de quarenta anos e configura-se como uma teoria genuinamente brasileira, voltada para os estudos dos processos comunicacionais que envolvem manifestações populares e folclóricas. O estudo do pensamento “beltraniano” envolve um sistema rico de significações, com particularidades, fazendo-se importante em um país tão diversificado como o nosso, no qual folclore e cultura popular representam mobilização e identificação dos grupos locais marginalizados. Os estudos folkcomunicacionais continuam a expandir-se, no Brasil, apesar das críticas de alguns comunicólogos. A teoria folkcomunicacional amplia as possibilidades de investigação dos fenômenos que envolvem a cultura popular e o folclore e suas interfaces com a mídia.

Palavras-chave: Folkcomunicação; Resistência; Cultura.

Introdução

A folkcomunicação é uma teoria autenticamente brasileira, proposta pelo jornalista pernambucano Luiz Beltrão. O termo é decorrente de sua tese de doutorado defendida na Universidade de Brasília em 1967, intitulada Folkcomunicação: um estudo dos agentes e meios populares de informação de fatos e expressão de idéias, tese que foi originária de um artigo da revista Comunicação e Problemas (1965).

Os estudos de Beltrão geram muitas divergências entre os acadêmicos de comunicação social, pois surgem diversos questionamentos sobre a configuração da

¹ Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Estudante do Curso de Publicidade e Propaganda – 7º semestre – UNIFOR, e-mail: airtonbaquit@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora Dra. Titular da Universidade de Fortaleza – UNIFOR. Coordenadora do Núcleo de Pesquisa do Centro de Ciências Jurídicas (CCJ – UNIFOR). Consultora INESP (Instituto de Estudos e Pesquisas para Desenvolvimento do Estado do Ceará; Líder Grupo de Pesquisa Educação e Cidadania e avaliadora MEC/INEP. e-mail: monicatass@hotmail.com



proposta do jornalista pernambucano como teoria, além de resistência por parte dos folcloristas conservadores. Mesmo com essa oposição, as idéias de Beltrão não ficaram limitadas, ao contrário, continuam conquistando adeptos e inovando as pesquisas em relação ao folclore e sua interface com os meios de comunicação.

1. Sobre o Conceito de Folkcomunicação

Mais de quarenta anos se passaram desde que o pernambucano Luiz Beltrão defendeu sua tese de doutorado na Universidade de Brasília. De sua tese propôs uma teoria cujo objetivo era estudar o acesso à informação pelas comunidades marginalizadas que envolvessem as manifestações populares e folclóricas. Os estudos relacionados a essa teoria ganha adeptos constantemente, aumentando o número de pesquisadores que estão interessados em analisar a interação entre as culturas folk (popular) e a de massa.

Atualmente, a teoria folkcomunicacional continua em expansão, ampliando as possibilidades de investigação dos fenômenos que envolvem a cultura popular, o folclore e a mídia. Dessa forma iremos nos utilizar de pesquisadores que estão bastante engajados em analisar o pensamento de Beltrão, como Breguêz (2003), Corniani (2009), Melo (2004), dentre outros, além do próprio fundador das idéias folk. Ao nos orientarmos através das idéias de seus seguidores, passamos desde a concepção original do termo folkcomunicação, aprofundamo-nos em relação aos líderes de opinião e a audiência de folkcomunicação, e finalizamos com a idéia de resistência cultural por parte dos grupos marginalizados que se utilizam dos meios populares.

O objetivo da folkcomunicação é “analisar os impactos midiáticos das manifestações culturais das classes populares, que também são chamadas de classes subalternas”. (BRUEGUÊZ, 2003, p.105).

Contribuindo para o esclarecimento do que seria o objeto de pesquisa dessa teoria, Melo (2004, p.345) afirma que “(...) situa-se na fronteira entre o folclore (resgate e interpretação da cultura popular) e a comunicação de massa (difusão industrial de símbolos através de meios mecânicos ou eletrônicos destinados a audiências amplas, anônimas e heterogêneas)”.



(...) a folkcomunicação é, por natureza e estrutura, um processo artesanal e horizontal, semelhante em essência aos tipos de comunicação interpessoal já que suas mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência, por sua vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador, ainda que dispersa. (BELTRÃO, 1980, P.28).

Segundo Orlando (2002), o campo de estudos da folkcomunicação passa a ser visto como um espaço onde cultura popular e folclore podem ser analisados e redimensionados. Essa análise torna-se fundamental porque o folclore brasileiro “adquire valor comercial e reconhecimento internacional, atraindo turistas, estudiosos e consumidores de vários perfis; e, também é exportado para centros comerciais, museus e eventos culturais”. (SCHMIDT, 2009, p. 01)

De acordo com o pensamento da mesma autora (2009), o folclore adquire valor comunicacional no meio acadêmico, já que as expressões culturais significam mobilização e identificação dos grupos locais. Dessa forma, folclore e cultura popular passam a integrar a teoria beltraniana da folkcomunicação, pois

em termos gerais, pode-se dizer que folkcomunicação é comunicação em nível popular. Por popular deve-se entender tudo o que se refere ao povo, aquele que não se utiliza dos meios formais de comunicação. Mais precisamente: folkcomunicação é a comunicação através do folclore. (LUYTEN apud MELO, 2004, P.348).

1.1 A audiência de Folkcomunicação

De acordo com o pensamento de Corniani (2009) o fluxo de comunicação tem diferença significativa para a folkcomunicação quando analisamos a teoria hipodérmica e o modelo comunicacional de Lazarsfeld. A teoria hipodérmica⁴ acreditava que os indivíduos não possuíam resistência as mensagens transmitidas pelos meios de comunicação, ou seja, olhavam os receptores como passivos diante do processo de decodificação da mensagem.

Contrário a teoria hipodérmica, Lazarsfeld (apud CORNIAI, 2009) afirmava que a mensagem passa por líderes de opinião, os intermediários, antes de atingir a audiência final. Os líderes de opinião podem ser identificados como

⁴ A teoria hipodérmica é definida na obra de De Fleur como uma teoria relativamente simples e coerente com a imagem da sociedade de massa que era a herança intelectual do século XIX. Admitia que estímulos claramente concebidos atingiriam cada indivíduo da sociedade de massa através da mídia, que cada pessoa os perceberia da mesma maneira geral, e que eles provocariam uma reação mais ou menos uniforme de todos.



Indivíduos que recebem em primeira mão as informações dos meios para transmiti-las depois a pessoas desvinculadas disso, mas incluindo a sua própria interpretação da informação recebida. São pessoas que não se desviam de seus grupos; andam pelo mesmo caminho que os outros, mas adiante. (TOUSSANT apud CORNIANI, 2009, p. 04).

Essa identificação dos líderes de opinião através de Lazarsfeld foi importante para estabelecer diferenças entre os meios de comunicação de massa e os meios de comunicação folk, mas também serviu para relacionar a personalidade do comunicador folk com a dos líderes de opinião, como por exemplo, prestígio na comunidade, exposição às mensagens do sistema de comunicação social, dentre outros.

O público usuário do sistema de folkcomunicação foi identificado como marginalizados. Segundo Beltrão (1980, p.39) esse termo tem significações diversas, sendo necessário definir o marginal como “um indivíduo à margem de duas culturas e de duas sociedades que nunca se interpenetraram e fundiram totalmente”. A expressão marginal vai surgir nos meios científicos em 1928 através de um artigo publicado no jornal *American Journal of Sociology*, cujo autor é Robert Park.

A primeira interpretação do marginal é retratada no artigo de Park (apud BELTRÃO, 1980, p. 38/39) como indivíduo que “jamais se decide a romper, mesmo que lhe fosse permitido, com seu passado e suas tradições e nunca (é) aceito completamente, por causa do preconceito racial, na nova sociedade em que procura encontrar um lugar”.

Conforme Perlmann (apud BELTRÃO, 1980, p.39) o termo marginal foi ganhando sentido pejorativo, violento, ligado ao mundo do crime, e o afirma que a expressão foi extensivamente aplicada “aos pobres em geral, desempregados, migrantes, membros de outras subculturas, minorias raciais e étnicas e transviados de qualquer espécie”.

Ainda de acordo com o pensamento de Beltrão (1980, p.40) é possível identificar três grupos para a audiência da folkcomunicação:



1. Os grupos rurais marginalizados: sobretudo devido ao seu isolacionismo geográfico, sua penúria econômica e baixo nível intelectual.
2. Os grupos urbanos marginalizados: compostos de indivíduos situados nos escalões inferiores da sociedade, constituindo as classes subalternas, desassistidas, subinformadas e com mínimas condições de acesso.
3. Os grupos culturalmente marginalizados: urbanos ou rurais, que representam contingentes de contestação aos princípios, à moral ou à estrutura social vigente.

2. Resistência e Folkcomunicação

Seguindo o pensamento de Breguêz (2003), o povo é elemento vivo, transformador e determinante no desenvolvimento histórico. Ao lado das chamadas manifestações populares, visualizamos também a cultura erudita, própria dos grupos que detém o poder na sociedade burguesa, as classes dominantes. Ao contrário dessa última, existe uma cultura peculiar que reflete um simbolismo rústico, estruturada a partir de relações sociais enraizadas na sociedade, a cultura popular.

Buscando entender a homogeneização protagonizada pelos meios de comunicação de massa, Morim (apud BREGUÊZ, 2003) analisa que o folclore é absorvido pela cultura de massa, assim como Moles (apud BREGUÊZ, 2003) vai lembrar que os livros, filmes, e outros bens culturais são enlatados para o consumo. Ao pensar a sociedade de forma homogênea, podemos encontrar no pensamento de Strinati (1999) alguns argumentos para a desvalorização da cultura folk, como por exemplo, o fato de existirem fórmulas insípidas que visam atender a consumidores que estão sujeitos à manipulação, fazendo com que se tornem menos críticos e participativos, pois

(...) os produtos culturais são produzidos em série pelas indústrias de produção em larga escala. Assim, não há por que interpelar ou desafiar o público – como faria a arte –, ou trazê-lo para formas de participação comunitária autênticas – como faria a cultura folk –, uma vez que suas condições já não podem ser garantidas (...) (STRINATI, 1999, p. 28).

Breguêz (2003) afirma que “esse processo conduz à perda da manifestação cultural enquanto expressão da criatividade de um grupo humano nas suas constâncias



raízes – enfim, em suas tradições culturais. Leva à descaracterização e a perda dos valores básicos de memória e identidade”.

Dessa forma, estudar os aspectos culturais de um grupo pode ser bastante significativa para entender os aspectos característicos dos mesmos. Para exemplificar quanto a folkcomunicação pode ser rica em significados para os usuários desse método, Beltrão (apud SCHMIDT, 2009, p. 03) afirma que

(...) enquanto os discursos da comunicação social são dirigidos ao mundo, os da folkcomunicação se destinam a um mundo em que palavras, signos gráficos, gestos, atitudes, linhas e formas mantêm relações muito tênues com o idioma, a escrita, a dança, os rituais, as artes plásticas, o trabalho e o lazer, com a conduta, enfim, das classes integradas da sociedade.

Assim, podemos considerar que o estudo da teoria proposta por Beltrão é muito rico em comparação com o sistema em vigor na sociedade, pois segundo o mesmo autor

O rico sistema que estudamos contém, possivelmente com mais vigor que o outro, um traço de universalidade que advém de sua fundamentação no folclore, desde que a autêntica cultura popular têm raízes, tronco e ramos tão profundamente arraigados na natureza humana que suas manifestações parecem provir de uma única semente, independente de raças e latitudes. (BELTRÃO, 1980, p.40).

Com a proposta de estudar os processos de comunicação que envolvesse a cultura popular, a disciplina inaugurada por Beltrão encontrou dupla resistência:

A dos folcloristas conservadores (que pretendiam defender a cultura popular das investidas midiáticas modernizantes) e a dos comunicólogos radicais (que pretendiam fazer da cultura popular o cavalo de tróia das suas batalhas políticas em lugar de apreender nessas manifestações genuínas o limite da resistência possível de comunidades empobrecidas cuja meta é a superação da marginalidade social). (MELO, 2004, p.352).

Conclusões

Apesar de ser uma disciplina considerada nova, a folkcomunicação está disseminando-se rapidamente, conquistando diversos seguidores, alguns bem engajados no processo de expandir os estudos referentes a cultura popular, como Cristina Schmidt, Fábio Corniani, Joseph Luyten, José Marques de Melo, dentre outros. As idéias de Beltrão estão sendo aprofundadas pela Rede Folkcom – Rede Brasileira de



Folkcomunicação, na qual agrupa vários pesquisadores que buscam interfaces entre a cultura de massa e a popular, além de conferências que são realizadas anualmente.

Paralelamente aos encontros, seminários e conferências, as idéias beltrianas estão sendo resgatadas através de uma publicação eletrônica intitulada revista internacional de folkcomunicação, além de conquistar espaço nas produções latino-americanas, como por exemplo, a ALAIC – Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. Dessa forma, as idéias relativas de pensar a cultura popular como resistência cultural de povos marginalizados, estão se amplificando a cada dia através da divulgação dos conhecimentos relativos à essa área do conhecimento, seja através de livros, artigos, congressos ou plataformas virtuais.

Os discursos da comunicação social são dirigidos ao mundo, os da folkcomunicação se destinam a um universo singular em que as palavras, os signos e atitudes, linhas e formas mantêm relações com as classes sociais de determinado contexto, notadamente, dos meios populares.

O rico sistema da folkcomunicação contém, elementos de resistência da cultura popular, sobretudo porque se fundamenta no folclore. Seu elemento de universalidade vem da compreensão de que a autêntica cultura popular têm suas raízes profundamente arraigadas na natureza humana e suas manifestações parecem provir de uma única semente, independente de raças e latitudes.

Por sua natureza *sui generis*, de abrangência universal e particular, abre novos campos para a compreensão da relação cultura, resistência e mídia.

Referências

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação:** a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

BERTI, Orlando.; CORNIANI, Fábio. A folkcomunicação como instrumentalização da comunicação alternativa na internet. In Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 32., 2009, Curitiba. **Anais eletrônicos...** Curitiba: INTERCOM, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1093-1.pdf>>. Acesso em março. 2010.

STRINATI, Dominic. **Cultura popular:** uma introdução. São Paulo: Hedra, 1999.



BREGUÊZ, Sebastião. Folkcomunicação: caminhos enunciados pela era digital. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, São Paulo, n. 01, p.105-110, 2003. Disponível em: <<http://www.uepg.br/revistafolkcom/anteriores/Revista01.pdf#page=105>>. Acesso em: 18 fev. 2010.

MELO, José Marques de. Folkcomunicação: estratégia de resistência das culturas subalternas. **Revista Veredas**, São Paulo, v. 03, n. 03, p.343-360, 2004. Disponível em: <<http://ojs.portcom.intercom.org.br/index.php/comunicacaoveredas/article/viewFile/5285/4856>>. Acesso em: 22 mar. 2010.

ORLANDO, Simone. O estudo da folkcomunicação na graduação em jornalismo / publicidade: fomentando reflexões para o exercício da cidadania. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 25., 2002, Salvador. **Anais eletrônicos...** Salvador: INTERCOM, 2002. Disponível em: <http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/19140/1/2002_NP17ORLANDO.pdf>. Acesso em Março. 2010.

SCHMIDT, Cristina. Folkcomunicação: caminhos enunciados pela era digital. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 32., 2009, Paraná. **Anais eletrônicos...** Paraná: INTERCOM, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1093-1.pdf>>. Acesso em março. 2010.

