

# As fronteiras entre o popular e o massivo na teoria cultural da folkcomunicação

*The borders between the popular and the massive in the cultural theory of folkcommunication*

**Bruna Franco Castelo Branco Carvalho**

Universidade Federal do Ceará | Av. Mister Hull, s/n - Campus do Pici, ICA, 60455-760, Fortaleza - CE, Brasil

0000-0002-3688-2653 · [brunaf franco19@gmail.com](mailto:brunaf franco19@gmail.com)

Fechas: Recepción: 14/06/2022 · Aceptación: 18/09/2022 · Publicación: 15/10/2022

## Resumo

O presente artigo tem por objetivo principal explorar detalhadamente, e de modo exclusivamente bibliográfico, a teoria da Folkcomunicação (Beltrão, 2004), pertencente ao ramo das Ciências Sociais e Humanas, alinhada, sobretudo, com as Ciências da Comunicação; e que possui sua origem genuinamente brasileira, ao ter sido fundada e desenvolvida pelo jornalista e escritor brasileiro Luiz Beltrão durante a década de 1960. A característica da sua procedência brasileira é, portanto, a principal motivação e justificativa para a realização de uma pesquisa bibliográfica aprofundada sobre a referida teoria, com o intuito de dar a conhecer os principais interesses e fundamentos desta formulação, conceito e disciplina, que se comporta como teoria cultural dedicada a compreender a complexa e estreita relação da cultura popular com os meios de comunicação de massa (Breguez, 2013). O universo folkmediático contempla a cultura em sua completude, dando a notar a extensa complexidade dos elementos, manifestações e desenhos culturais possíveis no mundo contemporâneo (Marques de Melo, 2008). Ao fazer uso de uma gama investigativa de material científico, que aborda conceitos, processos e perspectivas facilitadores de uma compreensão da teoria brasileira de Luiz Beltrão da Folkcomunicação em seu aspecto amplo, geral e completo, compreendemos que os processos históricos e a inegável realidade da dinamicidade coletiva refletem numa constante metamorfose de interesses, empirias, práticas e investigações (Maciel, 2013), que contribuem para uma permanente e recorrente atualização de estudos e conceitos científicos.

**Palavras-Chave:** folkcomunicação, cultura popular, meios de comunicação.

## Abstract

The main objective of this article is to explore in detail, and in an exclusively bibliographic way, the theory of Folkcommunication (Beltrão, 2004), belonging to the field of Social and Human Sciences, aligned, above all, with Communication Sciences; and which has its genuine Brazilian origin, having been founded and developed by the Brazilian journalist and writer Luiz Beltrão during the 1960s. The characteristic of its Brazilian origin is, therefore, the main motivation and justification for carrying out an in-depth bibliographic research on the aforementioned theory, in order to make known the main interests and foundations of this formulation, concept and discipline, which behaves as a cultural theory dedicated to understanding the complex and close relationship between popular culture and the mass media (Breguez, 2013). The folkmedia universe contemplates culture in its entirety, highlighting the extensive complexity of the elements, manifestations and cultural designs possible in the contemporary world (Marques de Melo, 2008). By

*making use of an investigative range of scientific material, which approaches concepts, processes and perspectives that facilitate an understanding of the Brazilian theory of Luiz Beltrão da Folkcommunication in its broad, general and complete aspect, we understand that the historical processes and the undeniable reality of the dynamics collective reflection in a constant metamorphosis of interests, empirical studies, practices and investigations (Maciel, 2013), which contribute to a permanent and recurrent updating of scientific studies and concepts.*

**Keywords:** *folkcommunication, popular culture, media.*

## 1. Introdução

O trabalho que se apresenta, de teor metodológico investigativo exclusivamente conceitual, pretende explorar as faces da teoria da Folkcomunicação, pelo fato principal de se tratar de um campo de estudos que pertence às Ciências humanas, especificamente às teorias da comunicação, e que compreende um conceito científico puro e genuinamente brasileiro por natureza, desenvolvido pelo escritor e jornalista pernambucano Luiz Beltrão nos idos da década de sessenta do século XX, pelo seu interesse em estudar e pesquisar sobre a comunicação popular realizada no Brasil desse período.

A referida teoria se encarrega de observar classes da sociedade que são por diversas vezes invisíveis e/ou marginalizadas dentro de um contexto de classificação social sistematizada em nome do regime capitalista dominante em escala global. Diz o mestre Beltrão (1980):

Em função da estrutura social discriminatória mantida em nações como a nossa, a massa camponesa, as populações marginalizadas urbanas e até mesmo extensas áreas proletárias ou de subempregados se comunicam através de um vocabulário escasso e organizado em significados funcionais próprios dentro dos grupos. (p. 37-38)

Inseridos neste cenário, Beltrão observou que essas classes mais populares se comunicam entre si menos pelos meios de comunicação de massa e mais utilizando elementos do folclore como forma de manifestação e troca popular de mensagens para uma compreensão democrática e coletiva. Sobre isso, Amphilo esclarece:

A folkcomunicação parte dos pressupostos funcionalistas, com vistas ao diálogo, ao desenvolvimento, à integração social, às transformações sociais e à inter-relação, principalmente, dos sistemas comunicacionais, formais e informais, fazendo fluir a informação no espaço social, vencendo a “incomunicação”, promovendo a paz social e integrando o país. (2011, p. 198)

Sabendo que estamos trabalhando com um campo da comunicação na sua vertente teórica, trataremos de utilizar neste trabalho uma metodologia que contemple o sentido conteudista e conceitual da Folkcomunicação, dando a conhecer a temática científica em questão; desta forma, não é de interesse contemplar o mergulho em um objeto empírico específico, visto que priorizamos trabalhar com o método investigativo exclusivamente bibliográfico, utilizando de fontes e autores próprios da área científica folkcomunicacional.

Como hipótese, temos que os pesquisadores da Folkcomunicação se encarregam de identificar a forma como os sujeitos à margem da sociedade possuem a prática de se expressar, de saber como eles se comunicam e também estão atentos e curiosos em conhecer o que eles têm a dizer entre si e para o mundo em seu mais variado leque de manifestações populares.

Dessa forma, nosso objetivo principal no artigo em questão é discutir, aprofundar o conceito e difundir o conhecimento a respeito da teoria folkcomunicacional no campo científico. Este objetivo será executado e estruturado a partir de reflexões em um passeio a ser realizado pelo percurso construtivo dessa teoria; incluindo suas origens, fundamentos, evolução, interesses, modificações e avanços na trajetória formativa da folkcomunicação enquanto conceito acadêmico-teórico-científico vinculado à grande esfera das Ciências Humanas e Sociais.

## 2. Origens da teoria da folkcomunicação

A teoria criada pelo professor e precursor da folkcomunicação no território brasileiro, Luiz Beltrão (1918-1986), representou um grande avanço para os estudos no campo da Comunicação, uma vez que trouxe um repertório de reflexão amparado em outras ciências a nível nacional, tais como a História e a Sociologia, quando o professor Beltrão buscou articular os primeiros conceitos sobre a nova teoria a ser desenvolvida.

Suas inquietações iniciais eram várias. As motivações jornalísticas estavam relacionadas, por exemplo, à forma como as populações pobres, excluídas e isoladas geograficamente, em um país tão grande de dimensões continentais como o Brasil, conseguiam se informar; melhor dizendo, as informações eram obtidas por estes grupos, ditos marginalizados, através de quais meios, canais e veículos de comunicação? Quais as vias que estavam disponíveis a este público? E, além disso, quais as suas reações, percepções e opiniões a respeito das informações recebidas? Por onde poderiam expressar seus sentimentos? Quais os canais disponíveis para externar seus pensamentos e ideias? Quem poderia, ou teria interesse, em acessá-los? Quais os impactos e efeitos que trariam? Tudo isso levando em consideração que os meios de comunicação estabelecidos formalmente no país estavam, em sua maioria, concentrado nas mãos das elites e voltados para elas.

Refletindo em tudo isso, Breguez (2013) escreveu sobre as pesquisas feitas sobre a cultura do povo, esclarecendo que:

Gramsci mostra que vivemos em uma sociedade capitalista, onde existem duas classes sociais: a elite dominante e o povo (conjunto das classes subalternas). Cada classe tem sua própria cultura. A cultura da elite é letrada, possui status acadêmico, é ensinada nas escolas. A cultura popular (folclore) é transmitida pela oralidade, pela proximidade dos membros da comunidade, baseia-se na tradição e memória coletiva. (p. 92)

Então, na tentativa de responder a alguns dos questionamentos levantados acima, Beltrão penetrou neste universo durante uma longa e árdua jornada de, pelo menos, sete anos intensos de pesquisas, coleta de dados e observações, tendo desenvolvido e defendido tal teoria em sua tese de doutorado, na Universidade de Brasília (UnB) no referido ano de 1967.

É nesse debate que surgem os enfoques comunicacionais da cultura. O primeiro foi McLuhan, norte americano, sobre a homogeneização cultural e folclore industrial de laboratório. Edgar Morin, francês, vem em seguida com a ideia de uma sociedade tricultural: cultura erudita, cultura popular e cultura de massa. No Brasil, aparecem novos enfoques como o de Luiz Beltrão que cria a expressão Folkcomunicação para designar os processos comunicacionais do folclore. José Marques de Melo também participa do debate e publica seus textos também na Revista de Cultura Vozes (Breguez, 2013, p. 92).

A partir daí os caminhos teóricos e metodológicos foram sendo gradativamente abertos no Brasil, disseminados através da abertura de disciplinas no ensino superior, de grupos de estudos, de um corpo de pesquisadores interessados no assunto, de uma rede integrada de pesquisa<sup>1</sup> permanente dedicada ao âmbito folkcomunicacional; de modo que os estudos de folkcomunicação foram avançando cada vez mais e ampliando sua área de abrangência, explorando os diversos elementos que abarcam a esfera do folclore e da cultura popular brasileira.

Muitos foram os seguidores do legado deixado por Luiz Beltrão. Alguns professores e pesquisadores tiveram destaque na busca por fazer perpetuar os ensinamentos apreendidos em contato com a teoria do grande mestre Beltrão. Dentre eles, podemos destacar mais diretamente os professores Roberto Benjamin e José Marques de Melo, e vários outros, que até os dias atuais colaboram para fazer render reflexões sociais contemporâneas, principalmente, mas não apenas, dentro de espaços acadêmicos.

O empenho com os estudos folk permitiu também o contato com autores outros de áreas afins e correlatas à Comunicação, que lidam com as práticas sociais e culturais dos agrupamentos coletivos. Os estudiosos folcloristas, surgidos na década de 1930 interessados em reconhecer e valorizar a cultura do povo brasileiro, muito contribuíram para o desenvolvimento desta teoria; bem como autores que dialogam, sobretudo, com a Antropologia, e também com a História, a Ciência Política e a Sociologia, como forma de trazer uma compreensão transdisciplinar mais ampla a respeito do universo cotidiano e coletivo dos grupos sociais, urbanos e rurais.

Dessa forma, temos que a Folkcomunicação está imersa em um contexto de transformações no que se refere às mídias sociais no Brasil. Surgida em uma época em que a televisão estava se lançando como importante ferramenta comunicacional prestes a se tornar o principal veículo de comunicação do país. Período em que essa mídia televisiva despontava ainda como fonte informativa principal das elites, quando “o Brasil perfilava-se como uma sociedade marcada pela vigência de uma mídia elitista, ancorada nos valores da cultura erudita” (Marques de Melo, 2006, p. 21), quando também a ditadura militar operava em regime de censura no país e quando as classes sociais brasileiras encontravam-se fortemente polarizadas.

Assim, sabendo da existência de interações entre o local e o global nos processos comunicacionais, numa época em que o pensamento sociocultural despontava como um período frutífero, com o avanço de outras correntes, como os estudos culturais britânicos e europeus, assim como a potência das reflexões acerca da indústria cultural na América Latina, o conceito vai aos poucos buscando compreender como acontece a apropriação da cultura popular pelas indústrias midiáticas brasileiras,

1 “A Rede Folkcom – Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação é uma organização não governamental que busca o desenvolvimento de atividades ligadas à Folkcomunicação. A organização está registrada seguindo os critérios legais para sociedades civis sem fins lucrativos, e é administrada por uma diretoria executiva, por um conselho administrativo e por um conselho fiscal.” Disponível em: <http://www.redefolkcom.org/sobre-rede-folkcom/>. Acesso em: 14/05/2022.

e surge, nas palavras do seu próprio criador, como sendo “o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes de massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore.” (Beltrão, 2001, p.79), podendo, nas palavras do professor Marques de Melo (2008), ser encontrada:

Na fronteira entre o Folclore (resgate e interpretação da cultura popular) e a Comunicação de Massa (difusão industrial de símbolos, por meio de meios mecânicos ou eletrônicos, destinados a audiências amplas, anônimas e heterogêneas). (p.17)

Essa fronteira entre o Folclore e a Comunicação de massa, longe estar distante ou afastada, como se pode pensar, encontra-se cada vez mais intimamente aproximada por um mundo tecnológico, que se mostra gradativamente interligado por conexões virtuais amplas e complexas.

### 3. Os principais fundamentos da teoria

Os fundamentos da folkcomunicação dedicam-se em compreender aspectos relacionados à cultura e seus elementos; com isso, ela atentou para um fato curioso: De que as manifestações populares da cultura não foram sempre encaradas de fato como traços indicativos de um real sistema de comunicação entre os povos. Porém, como muito bem observou Joseph Luyten (1999), a folkcomunicação despertou para questões desse tipo quando se preocupou em reconhecer como os valores morais e culturais de um grupo são comunicados entre os seus membros, no intuito maior de conhecer o que interessa e afeta mais profundamente a população brasileira nos tempos da fundação da teoria até os dias de hoje, conforme comenta abaixo a autora Betânia Maciel (2013):

Há uma multiculturalidade advinda da grande circulação e mobilidade das pessoas pelas redes digitais, meios de comunicação e transbordo em aeronaves. O mundo hoje é uma grande aldeia. A importância de estudar a Folkcomunicação é justamente entender as origens destas, fortalecendo o que existe de cultura e sociedades locais, respeitar os perfis históricos distintos, empreender em regiões projetos que permitam o desenvolvimento e a recolocação dos grupos marginalizados no mundo. (p. 629)

Ocorre que dentro deste processo interativo há inúmeros outros fatores que o rodeiam, dentre eles está o sistema de códigos e de linguagem, que muito preocupa aos estudiosos em Semiologia e que também interessa à área de folkcomunicação, pois daí podem derivar processos outros, como o de intermediação, através da figura de um elemento que medeia essa relação, podendo ser denominado “líder de opinião” ou, de acordo com o termo cunhado pelo autor contemporâneo da área folk, Osvaldo Trigueiro, “ativista midiático”; é ele quem permite realizar a decodificação de mensagens de um meio e de uma cultura a outros meios e culturas distintas. Vejamos o que diz Marques de Melo (2013) sobre o processo de trânsito de mensagens entre grupos culturais distintos:

Anteriormente, presumia-se que o processo da comunicação, através da imprensa, da TV, do cinema, do rádio, compreendia um único fluxo: do comunicador ao público receptor, sem possibilidade de retorno imediato de mensagens. Lazarsfeld constatou, porém, que esse processo tem um desenvolvimento gradativo, em dois estágios, tendo como intermediário a figura do “líder de opinião”. A mensagem vai do comunicador ao líder de opinião (e, portanto,

codificada segundo o sistema de símbolos peculiar à cultura de massas); numa segunda etapa, vai do líder de opinião ao grupo receptor (aí, a mensagem está recodificada dentro do sistema de símbolos próprio da cultura popular). (p. 538)

Mais adiante, o autor continua sua linha de raciocínio manifestando o papel de mediador que possui o líder de opinião, constituindo figura central de grande importância no desenvolvimento desse processo comunicativo.

Os “líderes de opinião” desempenham papel fundamental nesse processo, porque, pelas próprias características, são indivíduos dotados de uma grande mobilidade, transitando nos vários estratos sociais. Eles se localizam geralmente naquela faixa comum entre os dois sistemas simbólicos. Dominando ambos os conjuntos de símbolos, esses líderes decodificam as mensagens da cultura de massas e as recodificam na linguagem da cultura popular, fazendo-as então chegar ao seu destino. Pelo fato de pertencerem originariamente ao universo simbólico da cultura popular, eles dispõem de alto grau de credibilidade; daí a influência exercida sobre o público receptor. (2013, p. 538)

Daí vê-se o quanto a cultura popular e as manifestações folclóricas podem sofrer influências e modificações quando passam a ser utilizadas pelos aparelhos midiáticos e pela interferência dos interesses próprios das indústrias culturais de uma dada região. Deve-se alertar para o risco de, nesse processo, os elementos folclóricos serem transformados em meros produtos industriais, perdendo o seu sentido simbólico e identitário de representação étnica, social, física, religiosa ou regional. Tais apropriações também podem reduzir a cultura local ao nível do alheio e do exótico, contribuindo, assim, para fomentar a indústria do turismo como simples processo de exploração cultural.

Exemplos disso, temos vários; o que aponta para a preocupação da já frequente ocorrência desse fenômeno como uma realidade. Quando vemos, por exemplo, a figura de um estrangeiro utilizando acessórios ou objetos simbólicos – por utilidade ou representação – de cidadãos nativos de qualquer região, pelo simples fato de estar ali a passeio, em uma atividade lúdica, turística e de lazer; muitas vezes, num momento instantâneo e fugaz, contaminado pela euforia de estar em outro lugar passageiramente e faz uma foto como registro, transmitindo a mensagem aos seus conterrâneos de que está imerso e penetrando, mesmo que provisoriamente, noutra cultura. Ou mesmo quando esse turista adquire por algum valor monetário um objeto típico deste lugar e leva para a sua casa como lembrança dali, demonstrando como “fez parte” de uma cultura diferente da sua em um momento específico da vida. Na apresentação do livro *Folkcomunicação na Arena Global*, a pesquisadora Cristina Schimidt revela que com o passar do tempo:

O folclore adquire valor comercial e reconhecimento internacional como produto, atraindo turistas, estudiosos e consumidores de vários perfis. Mas, para os estudos de Comunicação, tem valor como processo comunicacional, percebendo-se como meio de mobilização e identificação de grupos locais no contexto globalizado. (2006, p. 13-14)

Dentro desse contexto regionalizado de culturas é que percebemos que “conhecer uma região é pré-requisito ao diálogo que se deseja manter com os seus habitantes” (Beltrão, 2004, p. 57) e que, principalmente no caso brasileiro, as características de mestiçagem e as estruturas sociais das

grandes regiões demonstram o quanto é difícil um conhecimento aprofundado, dado a ausência de uniformidade dentro delas, como reconhece Beltrão (2004) em *Folkcomunicação, teoria e metodologia*:

A investigação da natureza, dos elementos e da estrutura, dos agentes e usuários, do processo, das modalidades e dos efeitos da Folkcomunicação é absolutamente necessária, notadamente em países como o nosso, de elevado índice de analfabetos, de disseminação populacional irregular, de reconhecida má distribuição de rendas e acentuado nível de pauperismo e caracterizado, em consequência destes e de outros fatores, por frequentes crises institucionais que conduzem à inevitável instabilidade política. (p.73)

E prossegue alertando que:

A redução desses males exige a colaboração de todo o povo, e surpreende que se confie a emissão de mensagens, que se aspira construtivas de unidades de propósitos, quase exclusivamente à comunicação convencional por meios de massa, fora do alcance de imensas porções de audiência como um todo, quando nem mesmo conhecemos realmente bem os que usamos no dia-a-dia em nossos diálogos. (2004, p.73)

Beltrão alerta ainda para as diferentes variantes que se apresentam neste grande “laboratório” das ocorrências comunicativas que é a região. A dinâmica da sociedade promove as suas próprias subdivisões internas e marginalizam setores por aspectos econômicos, comportamentais, políticos, ideológicos, étnicos, intelectuais. Em se tratando de uma sociedade cheia de diversidades e contrastes, tais características tendem a aparecer em alguns momentos, senão em vários. Os diversos grupos sociais e suas ramificações tendem a se organizar em coletividade para participar da vida social com os recursos que têm a disposição.

Carvalho (2019) discute as diferenças intra-regionais, que tendem a aparecer também por uma característica e necessidade humana de distinção.

Beltrão alerta ainda para as diferentes variantes que se apresentam neste grande “laboratório” das ocorrências comunicativas que é a região. A dinâmica da sociedade promove as suas próprias subdivisões internas e marginalizam setores por aspectos econômicos, comportamentais, políticos, ideológicos, étnicos, intelectuais. Em se tratando de uma sociedade cheia de diversidades e contrastes, tais características tendem a aparecer em alguns momentos, senão em vários. Os diversos grupos sociais e suas ramificações tendem a se organizar em coletividade para participar da vida social com os recursos que têm a disposição. (2019, p. 60)

Os detentores de riquezas, bens, saberes e capital cultural<sup>2</sup>, registrado pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu, tendem a oprimir e dominar aqueles que não os possuem. Daí surgem as elites organizadas e todo o seu poderio dirigente de conceituar e marginalizar meios e condutas sociais. E, de acordo com Éclea Bosi (2013), tudo isso se reflete na cultura das camadas sociais.

<sup>2</sup> Pierre Bourdieu denominou o “capital cultural” como sendo o conjunto de saberes, recursos, conhecimentos e competências acumulados pelos indivíduos durante a sua trajetória de vida como parte formadora de uma experiência individual.

A cultura aparece como uma terra de encontro com outros homens, para uma classe dobrada sobre a matéria, segregada como se fora uma outra humanidade. Se existem duas culturas, a erudita terá que aprender muito do popular: a consciência do grupo e a responsabilidade que advém dela, a referência constante à práxis e, afinal, a universidade. E se um dia a classe pobre alcançar a gestão sobre seu destino, a sua cultura não deixará de englobar os valores dos que trabalham, valores que se opõem aos dos que dominam. Valores como interesse verdadeiro pelo outro, a maneira direta de falar, o sentido do concreto e a largueza em relação ao futuro, uma confiante adesão à humanidade que virá, tão diferente do projeto burguês para o amanhã, da redução do tempo contábil que exprime o predomínio do econômico sobre todas as formas de pensamento. (p. 394)

Detentoras de poder, capital cultural e empresas de comunicação, a classe burguesa fala aos seus iguais, excluindo as demais parcelas da sociedade, que, na prática, acabam por não ter espaço para exposição e visibilidade nos *mass media*, seja por possuir reduzido poder aquisitivo para aquisição dos aparelhos necessários para o consumo, por protestarem contra o sistema social vigente ou simplesmente pela falta de domínio do código utilizado ou incompreensão da linguagem utilizada, conforme explica Woitowicz (2007).

O termo exclusão cultural remete não apenas às condições de acesso às informações e aos bens de consumo (materiais e simbólicos), mas também às possibilidades de produção da cultura. Assim, são justamente os grupos excluídos e marginalizados da sociedade que desenvolvem estratégias de resistência e luta em meio às tendências homogeneizantes e massificadoras da sociedade globalizada. (p. 150)

Ou seja, embora “marginalizados”, este público excluído da comunicação formal não se ausenta de exercer sua função comunicativa com os demais, arranjando meios indiretos, artesanais e alternativos para isso e utilizando, em alguma medida, o folclore para a sua expressão, de maneira que possam atender as características peculiares de funcionalidade, regionalismo e tradição do seu local de fala.

Exemplo<sup>3</sup> disso são as estações de rádios e televisão comunitárias presentes em micro espaços de convivência; sejam institucionais, no caso de empresas, escolas, entidades públicas; ou em espaços públicos, como as pequenas cidades interioranas e as comunidades periféricas urbanas nos morros e favelas paulistas, cariocas e demais capitais e centros urbanos; donde se podem divulgar informações importantes e manifestar sua cultura nascente no seio da vida social ao público local ou a outras audiências distantes e interessadas. Com base na leitura de Luiz Beltrão, José Marques de Melo escreve (2007) que:

(...) Beltrão (1980) comprovou que a imprensa, o rádio, a televisão e o cinema difundem mensagens que não logram a compreensão de vastos continentes populacionais. Esses bolsões “culturalmente marginalizados” reagem de forma nem sempre ostensiva, robustecendo um sistema midiático alternativo. Constroem e acionam veículos artesanais ou canais rústicos, muitas vezes estabelecendo uma espécie de feedback em relação ao sistema hegemônico. (p. 54)

<sup>3</sup> Com o crescente avanço das tecnologias nos dias de hoje existem também inúmeros exemplos de canais audiovisuais disponíveis para acompanhamento contínuo na rede de internet.



Acontece que, além disso, a elite passou a enxergar que, em termos econômico-financeiros, não seria interessante para ela a exclusão que se fazia às classes subalternas e passou a depender delas, devido à sua grande expressividade numérica, como estratégia para garantir suas riquezas. E para isso, precisava falar com ela diretamente, modificar sua linguagem e assuntos, viabilizar a acessibilidade para a aquisição do equipamento, dar-lhes visibilidade e notoriedade; porém, dentro dos limites que julgava prudente.

Evidencia-se, contudo, a emergência de uma corrente em sentido oposto, qual seja a incidência de temas populares na mídia massiva, refletindo a sensibilidade dos seus editores para corresponder às expectativas dos segmentos que se incorporam ao seu mercado consumidor, principalmente na imprensa diária. (Marques de Melo, 2008, p. 45).

Neste caso, aparece a figura do ativista midiático, com suas características próprias de agentes carismáticos, influenciadores, conselheiros, articuladores do fluxo comunicativo, e que é de fundamental importância como intermediador, tradutor, decodificador de mensagens bidirecionais; passando de simples receptor a comunicador ativo neste movimento, graças ao seu respaldo e credibilidade nos meios em que circula, conforme atesta Luiz Beltrão (2004):

Os líderes agentes-comunicadores de folk, aparentemente, nem sempre são autoridades reconhecidas, mas possuem uma espécie de carisma, atraindo ouvintes, leitores, admiradores e seguidores, e, em geral, alcançando a posição de conselheiros ou orientadores da audiência, sem uma consciência integral do papel que desempenham. (p.80)

Com o advento crescente e cada vez mais intenso do fenômeno da globalização, é inegável que há uma tendência de também se universalizar e uniformizar as culturas, instituindo padrões de práticas e consumo. As grandes indústrias e grupos multinacionais marcam presença e territórios mercadológicos nos grandes centros populacionais, demonstrando que “costumes, tradições, gestos e comportamentos de outros povos, próximos ou distantes, circulam amplamente na ‘aldeia global’” (Marques de Melo, 2013, p. 639). Isso pode afetar, de certa forma, a identidade e as manifestações das culturas regionais, o que não quer dizer que as exclui, isola ou limita; mas que ambas podem ser sobrepostas; visto que é praticamente impossível, nesta conjuntura atual, existir uma comunidade totalmente dominada por uma pureza cultural. Neste caso, segundo Marques de Melo (2008), a referência regional torna-se fundamental, pois:

A globalização permite vislumbrar o cenário de um mundo multiface e multicultural. Ele sugere que qualquer inserção proativa no seu universo depende basicamente do capital simbólico acumulado nas mega, macro ou microrregiões, potencialmente conversíveis em imagens e sons capazes de sensibilizar a aldeia global. (p. 24)

Sobre esse aspecto, o folclorista brasileiro Luís da Câmara Cascudo (1967) mais uma vez aprofunda o conceito de folclore considerando que o patrimônio tradicional de um país pode ser ampliado ao longo do tempo a partir dos saberes adquiridos e incorporados aos hábitos sociais, quando afirma que:

Todos os países do mundo, raças, grupos humanos, famílias, classes profissionais possuem um patrimônio de tradições que se transmite oralmente e é defendido e conservado pelo costume.

Esse patrimônio é milenar e contemporâneo. Cresce com os conhecimentos diários desde que se integram nos hábitos grupais, domésticos ou nacionais. Esse patrimônio é o Folclore. (p. 09)

Os sistemas de comunicação contribuem efetivamente para a ocorrência da globalização no mundo moderno e possibilita o contato frequente entre as diversas propriedades culturais. O fluxo de intercruzamento social favorece a formação de novas identidades e o diálogo com o hibridismo cultural; entendendo, a partir da cultura, que o folclore é um fenômeno social vivo, ativo e dinâmico, passível de transformações quando em convívio com outras.

A incorporação de práticas e atitudes é cada vez mais presente neste momento, permitindo a existência do multiculturalismo. Stuart Hall entende neste fluxo que as culturas negociam com novas culturas num jogo em que ambas assimilam elementos da outra, mas que nenhuma se perde por completo. Ou seja, participam de um processo de negociação das modalidades culturais em formação, podendo ou não recompor suas propriedades e identidades culturais.

Mas é claro que há também resistências ao fenômeno globalizado e que os seus representantes agem em defesa de certa autenticidade cultural, embora se reconheça entre eles a força com que as novas tendências vêm acontecendo no âmbito mundial. Cristina Schimidt (2006) comenta:

Cada vez mais, as culturas regionais e locais vêm se posicionando no contexto globalizado, suas manifestações passam por uma 'atualização', e também criam modelos próprios para inseri-los na arena digital. Alia-se a isso a existência hoje de uma consciência da importância da cultura local como fator de desenvolvimento e consolidação de diferenças entre grupos e de sua protagonização na cultura global. As manifestações culturais, mais especificamente, o folclore torna-se por um lado um potencial econômico e, por outro, uma maneira de resistir ao processo de globalização sem limites. (p. 11)

Ao que Marques de Melo (2008) complementa:

(...) No limiar do século XXI vivemos um período marcado pelo reflorescimento das culturas locais e regionais. Este episódio particular da resistência à globalização unipolar é reflexo da luta das culturas periféricas no sentido de ocupar espaços apropriados no mosaico multicultural propiciado pelas novas tecnologias de difusão simbólica. As manifestações folkcomunicacionais ganham intensidade, de norte a sul (do Brasil) e de sul a norte [do planeta]. (p. 70)

Dessa forma, sabendo-se da existência das duas correntes, tanto dos que defendem a manutenção da integridade cultural quanto daqueles que se permitem participar do processo de hibridização impulsionados pelo fenômeno de globalização, temos uma teoria interessada em assimilar os dois processos e perceber a influência de ambos os fenômenos na atualidade.

#### **4. A folkcomunicação em seu caráter empírico**

A Comunicação de massa permitida por intermédio da propagação industrial e tecnológica e que faz fronteira com a interpretação das culturas populares quando são apropriadas pelos meios de comunicação formais, é justamente, esta relação e as consequências dela que interessam aos estudos

em folkcomunicação, pois “o que nos importa aqui, no entanto, é como as camadas populacionais se organizam para entenderem-se uma a outras e para expressar, publicamente, sua opinião. Este é, em última instância, o papel do estudioso de sistemas de comunicação popular” (Luyten, 1988, p. 8).

Porém, com base na teoria folk, sabemos que não é só a partir dos meios formais que a comunicação acontece, tendo em vista que “o autor enfatiza a importância de considerar as manifestações populares como partes de um todo, não as isolando do cotidiano da população.” (Betti, 2013, p. 583). Ou seja, são diversos os canais e as formas de manifestações populares ocorridas no seio da vida ordinária das comunidades, como explica adiante a autora Juliana Gobi Betti (2013).

Luyten explica que os contos, expressões e provérbios são formas de transmissão da cultura, moral e costumes de um povo através das gerações. Muitos são de origem claramente rural e popular, outros possuem correspondentes que refletem a urbanização e a influência de outras culturas no cotidiano brasileiro (...). (p. 583)

Assim como o teórico colombiano Martín-Barbero, que investigou em *De los medios a las mediaciones*<sup>4</sup> (1987), como as mediações na vida usual e corriqueira podem associar a comunicação com a cultura, acredita-se na força da comunicação popular que se apresenta em meio às ritualidades das relações sociais, no palco dos encontros de afetividades, das atividades mais cotidianas, das conversas mais informais entre os sujeitos que se conectam por necessidades diárias, profissionais, afetivas ou mesmo descompromissadas. E ainda segundo Martín-Barbero (2001), a forma como o público receptor recebe e assimila os conteúdos midiáticos pode sofrer influência de três categorias de mediação, tais como a competência cultural, a cotidianidade familiar e a temporalidade social.

Para exemplificar a proposta acima descrita levantada por Barbero em sua obra, elencamos alguns casos práticos de pesquisas empíricas desenvolvidas no âmbito da folkcomunicação: a aplicação e formas de uso da técnica do *grafitti* em centros urbanos, a prática e desenvolvimento da literatura de cordel, as frases populares escritas em para-choques de caminhão, a arte de rua manifestada em muros de grande visibilidade das cidades, o uso do repente como estratégia do violeiro popular. Todos esses exemplos compõem estratégias alternativas de comunicação cotidianas advindas, principalmente, a partir de sujeitos pertencentes às classes populares e compreendem objetos contemporâneos de interesses de investigações de pesquisadores da teoria folkcomunicacional.

## 5. Resultados

Com base nas investigações de conceitos e temáticas abordadas pela teoria ao longo deste artigo, compreendemos que, junto com as mediações da cultura popular, a folkcomunicação foi se desenvolvendo e ampliando seus horizontes de pesquisa. As inovações, as tendências globais, a crescente urbanização, a inserção de novas tecnologias manifestadas no uso das atividades diárias do século XXI; tudo isso afeta e acompanha o processo de realização de artefatos simbólicos e culturais das populações e nas formas como produzem suas manifestações.

4 Tradução livre: Dos Meios às Mediações.

Assim, fica claro que as grandes mídias têm de acompanhar todo esse processo como forma de transmitir informação, promover a atualização e garantir seus índices de audiência.

A relação entre cultura e mídia – seja ela local ou global – é um jogo de ecos onde a realidade é um conjunto de informações produzidas por ambas, e os cidadãos formam o público consumidor e ao mesmo tempo comunicador. Analisar esse processo é, portanto, realizar um estudo dos processos comunicacionais inerentes às manifestações populares e folclóricas, é um estudo de folkcomunicação. (Schimidt, 2006, p. 12-13)

O trecho acima demonstra o importante papel que o cidadão comum ocupa atualmente no seu universo comunicativo. É ele quem movimenta os rituais da rotina, produz informação e também consome o que realizou direta e indiretamente; fazendo girar o ciclo folkcomunicacional, amparado mesmo nesta troca de mensagens, informações e ideias, abrindo canais paralelos aos da cultura erudita e hegemônica; eles são capazes de se autoeducar e trazer reconhecimento regional no sentido comportamental e cultural das diversas e variadas comunidades enquanto conjunto social difuso e complexo, como exemplifica a socióloga Ruth Cardoso ao comentar que “a cidade é, pois, uma realidade integrada porém não homogênea; é o cenário privilegiado para a convivência de grupos distintos, que se concretizam em modos de vida diversos e particulares (Cardoso, 2013, p. 403). E continua:

Alcançados pelos meios de comunicação de massa, postos em contato por sua participação no mercado de trabalho ou de bens, os habitantes da cidade vivem um contínuo processo de recriação cultural. As influências da cultura dominante não são tão poderosas que apaguem definitivamente as diferenças; e nem as particularidades podem sobreviver sem um processo de redefinição do qual surgem novas significações para traços e comportamentos antigos. (p. 403 – 404)

Observar esses encadeamentos comunicativos no terreno da folkcomunicação, nos leva a perceber que, em grande medida, “essas mensagens, manifestações folkcomunicacionais, nascem em níveis locais e regionais, portanto, mapeá-los, registrá-los e analisá-los é confrontar-se também com os conceitos do local e do regional.” (Lima, 2007, p. 75). É com base no diálogo de proximidade que os sistemas de interação mais simples do período pré-gutemberguiano evoluíram; no sentido técnico, econômico e tecnológico ao que temos nos dias atuais, sabendo-se da importância necessária dada à informação no nível do regional e local.

## 6. Discussão e conclusões

Diante do mapeamento folkcomunicacional que foi apresentado, temos que a folkcomunicação, enquanto teoria e disciplina científica, aponta para uma inclinação a permanecer viva e cada vez mais enriquecer seu universo de abordagens, ao apurar os novos elementos utilizados nas relações sociais comunicativas.

O referencial teórico da disciplina amparado nos termos de cultura popular, meios de comunicação de massa, mídias eletrônicas, manifestações populares se imbricam naturalmente com conceitos que

muito se aproximam do campo de estudos dos fenômenos sociais e das ciências humanas, visto que se trata de uma:

Disciplina em processo de maturidade acadêmica, a folkcomunicação tem se mantido em constante sintonia com o espírito do tempo. Sem perder de perspectiva sua vocação popular, seu compromisso com a superação da marginalidade social, vem buscando desenvolver estudos de interesse da grande área da comunicação. A metamorfose tem sido, portanto, uma característica permanente da sua trajetória. (Marques de Melo, 2013, p 13)

Essa realidade traz a consciência de que a dinamicidade global e coletiva reflete na recorrente atualização de estudos e conceitos, sem deixar de lado a sua essência como disciplina pertencente ao campo da Comunicação. É evidente que muitos desafios estão expostos aos pesquisadores da área, tendo em vista a crescente movimentação, agilidade e mobilidade que o mundo vem sofrendo na pós-modernidade.

Esses movimentos trazem à tona a oportunidade de construção de um corpo empírico marcado com mais frequência por uma série de objetos originais e ainda desconhecidos, e, portanto, desafiadores aos estudiosos da área; bem como de conceitos que podem ser de interesse à pesquisa folkcomunicacional, como; para além do folclore, da cultura popular e da cultura de massas; todo o arcabouço que envolve as matrizes culturais relacionadas às identidades, ao multiculturalismo, à mundialização, às resistências sociais, às alteridades, às expressões e manifestações, à globalização, ao hibridismo, às mediações, às exclusões, hegemonias; dentre inúmeros outros assuntos ainda desconhecidos que também possam estar por surgir futuramente.

Nesse sentido, reiteramos que, apesar dos inúmeros avanços, a ciência folkcomunicacional se comporta como um campo em consolidação e que, por isso mesmo, necessita ainda se firmar enquanto conceito, mesmo dentro do Brasil, a fim de que, mais adiante, possa se projetar para conquistar espaço acadêmico também no exterior. Para isso, é preciso ter atenção e acompanhar as constantes alterações globais promovidas na atualidade, inseri-las em seus estudos empíricos, como já vêm acontecendo, e, assim, conseguir contornar prudentemente os desafios impostos para a ampliação de seus horizontes e para a sua consolidação acadêmico-científica nacional e internacionalmente.

## Referências

- Amphilo, M. I. (2011). Folkcomunicação: por uma teoria da comunicação cultural. Anuário Unesco, Ano 15 n.15, pp. 193-212 jan/dez. Metodista de Comunicação Regional.
- Barbero, M. J. (2001). *Dos Meios às Mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia*. Rio de Janeiro, 2ª ed. Editora UFRJ.
- Beltrão, L. (1980). *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*. Cortez.
- Beltrão, L. (2004). *Folkcomunicação: teoria e metodologia*. Cátedra Unesco/UMESP.
- Beltrão, L. (2001). *Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias*. EDIPUCRS.
- Betti, J. G. (2013). Sistemas de Comunicação Popular segundo Joseph Luyten. En Marques de Melo, J.y Fernandes, G. M. (Orgs.) (2013). *Metamorfose da folkcomunicação – Antologia brasileira*. EditaE Cultural.

- Bosi, E. (2013). Problemas ligados à Cultura das classes pobres. En Marques de Melo, J.y Fernandes, G. M. (Orgs.) (2013). *Metamorfose da folkcomunicação – Antologia brasileira*. EditaE Cultural.
- Breguez, S. (2013). Questionamento Teórico do Folclore segundo Vicente Salles. En Marques de Melo, J.y Fernandes, G. M. (Orgs.) (2013). *Metamorfose da folkcomunicação – Antologia brasileira*. EditaE Cultural.
- Cardoso, R. C. L. (2013). Subcultura: Uma Terminologia Adequada?. En Marques de Melo, J.y Fernandes, G. M. (Orgs.) (2013). *Metamorfose da folkcomunicação – Antologia brasileira*. EditaE Cultural.
- Carvalho, B. F. C. B. (2019). *O Regionalismo Nordestino em pauta na TV Diário: a Folkcomunicação no contexto da televisão local*. Universidade Federal do Ceará.
- Cascudo, L. C. (1967). *Folclore do Brasil*. Fundo de Cultura.
- Lima, M. E. O. (2007). Comunicação Local/Regional. En S. L. Gadini y K. J. Woitowicz (Eds.), *Noções básicas de Folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões* (pp. 75-76). Ponta Grossa/PR: Editora UEPG.
- Luyten, J. M. (1988) *Sistemas de comunicação popular*. Ática, 1988.
- Marques de Melo, J. (2008). *Mídia e cultura popular: história, taxonomia e metodologia da folkcomunicação*. Paulus.
- Marques de Melo, J. (2007). Uma estratégia das classes subalternas. En: *Folkcomunicação: a mídia dos excluídos*. Cadernos de Comunicação, Série Estudos, v. 17. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social.
- Marques de Melo, J. y Fernandes, G. M. (Orgs.) (2013). *Metamorfose da folkcomunicação – Antologia brasileira*. EditaE Cultural.
- Schmidt, C. (Org.) (2006). *Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos*. Ductor.
- Woitowicz, K. J. (2013). Exclusão e resistência cultural. En: GADINI, S. L.; WOITOWICZ, K. J. (Orgs.). *Noções básicas de Folkcomunicação: Uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões*. (pp. 150-153). 1ed. v. 1. Editora UEPG.

## Semblanza de la autora

**Bruna Franco Castelo Branco Carvalho** é graduada em Licenciatura e Bacharelado em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Ceará(UFC). Mestre em Comunicação pela UFC, com bolsa CAPES. Especialista em Telejornalismo. Doutoranda em Comunicação pela UFC e Bolsista da CAPES pelo Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior (PDSE) na Universidade de Vigo (Espanha). Possui experiência com locução em meios de radiodifusão. Avaliadora parecerista da Revista Brasileira de Iniciação Científica em Comunicação Social (Revista INICIACOM). Foi membro do corpo editorial, como editora-adjunta, da Revista Passagens do Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM-UFC). Tem interesse pelas áreas de Comunicação Cultural, com ênfase especial nos temas relacionados à Cultura e Mídia, Jornalismo, Globalização e regionalização midiática, padrões de consumo, Cultura Popular, Folkcomunicação e práticas urbanas.