



Ano 1 | # 1 | edição bimestral | novembro e dezembro de 2008

Revista editada pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom

Folkcomunicação: estado do conhecimento sobre a disciplina

*Cristina Schmidt*¹

O estudo das manifestações populares aos olhos da comunicação percorre um contexto amplo de possibilidades. Ao adotarmos a folkcomunicação como teoria para analisá-las, mais que uma teoria, adotamos uma postura de trabalho que irá diferenciarnos de muitos outros pesquisadores. Dentro do campo da Comunicação, a folkcomunicação faz uma adoção de objetos de estudo pertencentes a grupos que estão nas bordas dos grandes processos comunicacionais; de acordo com Beltrão, os grupos marginalizados dos grandes espaços de comunicação, os meios de comunicação de massa.

Norteados por essa abordagem, alguns aspectos devem ser considerados no momento da escolha do objeto. Nos processos folkcomunicacionais os meios estão vinculados à prática cotidiana. Muitas vezes, grupos se comunicam por meio da alimentação, como já mostrou Câmara Cascudo; por meio das festas, estudado pela Rede Folkcom em pesquisa nacional; por meio de ex-votos, como elucidou o próprio Beltrão em seu trabalho pioneiro; por meio da internet, como apontam as novas pesquisas. Nesses mesmos processos estão inseridos os emissores e receptores,

¹ Formada em Jornalismo e Mestre em Teoria e Ensino da Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo, em São Bernardo do Campo. Pertence ao Grupo de São Bernardo de pesquisadores, ligado à Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação Regional. Fez o doutorado na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, na área de Comunicação e Semiótica. Desenvolveu projetos acadêmicos na Unimep, criou linha de pesquisa na Universidade de Taubaté, e lecionou no SENAC de Campos do Jordão. Faz pesquisas em folkcomunicação há duas décadas e preside a Rede Folkcom de Estudos e Pesquisas desde 2002. Atualmente leciona na Universidade de Mogi das Cruzes/SP, onde é Gestora dos Cursos de Jornalismo e Radialismo (Rádio e TV), e também é membro do Comitê Interno de Pesquisa no Programa de Iniciação Científica do CNPq.

individuais ou coletivos, voltados a transmitir suas mensagens “em linguagem própria a sua audiência”, pois têm como objetivo comunicar-se “com um mundo” específico de vivências. Isso implica em fazer um recorte de estudo que permita abarcar os conteúdos comunicacionais, seja ele processo, agente, produto ou meio.

Outro ponto importante para os estudos em folkcom é adotar uma metodologia adequada, ou seja, referências teóricas e técnicas de coleta de dados que permitam abarcar o objeto em sua complexidade e diversidade. Estudiosos como Beltrão, Canclini, Benjamim, evidenciam a pesquisa empírica de caráter qualitativo como fundamental nesses casos. Uma metodologia interdisciplinar que permita contemplar a objetividade do mesmo modo que a subjetividade, o ordinário e o extraordinário, o temporal e o atemporal. Importante, entretanto, percorrer linhas que viabilizem a pesquisa em comunicação, metodologias possíveis de visualizar a comunicação popular num contexto de hegemonia das estratégias da mídia massiva.

Ao estudarmos a folkcomunicação, portanto, nos tornaremos parceiros e cúmplices de grupos marginalizados que se manifestam em grandes centros urbanos, ou em pequenas vilas rurais; com formas tradicionais que passam de geração em geração, ou criados a partir das novas tecnologias. Seremos pesquisadores mas, antes disso, seremos pesquisados numa relação de proximidade muito grande, de vivência e convivência, de troca, de aprendizado. Estabelece-se uma relação de confiança e compromisso. É difícil pesquisar folkcomunicação sem estabelecer laços com um grupo, com uma localidade, com uma causa, com uma história, com a história. E os dados coletados vêm repletos de sentimentos e, muitas vezes, impulsiona os envolvidos em um comprometimento maior, na inclusão, na cidadania. Mas que não é puro saudosismo, sentimento fácil, ou melancolia e pena, emoções superficiais de quem vive no senso comum. Inspiram uma militância científica como pode ser visto em Beltrão, ou como em estudiosos contemporâneos a ele que lideram centros, núcleos e linhas de pesquisa, como: Roberto Benjamim, José Marques de Melo, Osvaldo Trigueiro, Betânia Maciel, entre outros.

Em princípio, os processos folkcomunicacionais não são nem realidades autônomas, independentes da vida econômica-social, nem meros reflexos desta. A folkcomunicação é a possibilidade de um diálogo entre agentes dos grupos populares (agentes folk) e mercado, uma mediação de interesses. No mundo capitalista as estratégias de mediação precisam ser muito bem delimitadas, pois tende a esvaziar a autenticidade das relações, graças ao aparecimento de um conjunto econômico que

objetiva apoderar-se de todas as manifestações da vida humana. Por isso, é importante compreender conceitos que situam área de conhecimento da folkcomunicação.

Analisar esse processo é o mesmo que pontuar as práticas comunicacionais e culturais negociadas – interações mediadas - em que os bens culturais são midiaticizados pelo massivo, pelo erudito, e pelo popular. No primeiro, entendendo o contexto produtivo e de comunicação de massa; no segundo, entendendo como a ciência e a cultura se apropriam e qualificam; e no terceiro, identificando as dinâmicas da comunicação cotidiana – da folkcomunicação. Essas práticas negociadas se dão em decorrência do que Canclini chama de “reconverção” econômica e simbólica quando migrantes do nordeste se adaptam ao modo de vida das capitais no sudeste; ou um artesão muda seu trabalho com temáticas da moda; ou quando os trabalhadores reformulam seu processo de trabalho frente às novas tecnologias produtivas, sem esquecer-se das formas antigas. Da mesma forma isso vai acontecer o trabalho industrial, a arte, os meios de comunicação e a literatura hegemônicos. (2003, p. 14) Esses processos ocorrem no contexto da cultura popular e, particularmente, observado na expressão de seu conhecimento, no folclore.

O conhecimento popular na cultura

É bem verdade que as manifestações populares surgem das necessidades primeiras de trocas simbólicas e materiais para a sobrevivência em comunidade, ligadas a questões que vão da moradia à alimentação, da saúde à fé. A partir das condições ofertadas pela natureza e adequadas pelas necessidades dos envolvidos - a cultura é o resultado, onde cada grupo social se manifesta de modo a criar referências, estabelecer diálogos e conquistar espaços sociais que lhe proporcionem uma vida melhor.

A cultura, portanto, é o resultado desse processo a partir da interferência na natureza, criando códigos, sinais e comportamentos artificiais que identificam grupos específicos e criam condições adequadas para satisfazer necessidades. O universo da cultura está ligado ao cotidiano, onde se apresentam os aspectos da vida: físicos, simbólicos e imaginários.

As manifestações da cultura popular não expressam apenas os aspectos ligados a uma sociabilidade, apresentam características decorrentes do contexto sócio-econômico em que estão inseridas, dando-lhes uma nova forma e um novo significado. Na sociedade capitalista e globalizada as manifestações vão pouco a pouco se coisificando.

Isso quer dizer que, a cultura popular vai adequando suas manifestações de modo a tornarem-se produtos comercializáveis, e os agentes dessa produção se inserem na dinâmica dessa sociedade. É o que Marx chama de *fetichismo* da mercadoria e que Lukács designa sob a palavra *reificação*, ou seja, transforma o valor de uso dos conhecimentos populares em produtos negociáveis, a cultura popular adquire valor de troca.

Brinquedo, religião, trabalho, vestimenta, artesanato, dança são meios de delimitar a cultura e de transmitir informações e conhecimentos. O pensar, o sentir e o agir do povo de uma localidade, um conhecimento que muitos estudiosos denominam de folclore. Dos afazeres do dia-a-dia ao extraordinário das festas, as manifestações folclóricas são registros criativos, influenciam e transmitem de uma geração à outra, ou entre pares, o conhecimento comunitário e popular.

Rossini Tavares de Lima considera que as manifestações desse conhecimento constitui um fato folclórico, e

[...] caracteriza-se pela sua espontaneidade e pelo seu poder de motivação sobre os componentes da respectiva coletividade. [...] O fato folclórico, contudo, pode resultar tanto de invenção quanto de difusão. [...] A propósito, convém ainda lembrar que folclórico não é, como muita gente diz e repete, apenas o tradicional e o anônimo. (LIMA: 1979, p.21)

Originariamente a palavra Folclore foi criada pelo inglês William John Thoms em 1856 que definiu Folk-lore como sendo a sabedoria do povo desobrigada de erudição, ou seja, o conhecimento “popular” que abarca usos, costumes, cerimônias, crenças, romances, músicas, brincadeiras, etc. Esse termo foi criado para ampliar o leque de manifestações e gêneros compreendidos do saber popular, substituindo os termos “antiguidades populares” e “literatura popular”, restritos à tradição literária. Aproximadamente quarenta anos depois, outros estudiosos do assunto - lingüistas, historiadores, arqueólogos, antropólogos, psicólogos - sugeriram que folclore, com minúscula, se referiria ao fazer do povo, e Folclore, com maiúscula, ao saber erudito da ciência, por exemplo. Mais tarde, os ingleses fizeram uma subdivisão para definir o que eles consideravam como objeto de estudo do Folclore. Classificaram em quatro categorias: as narrativas populares, os costumes tradicionais, os sistemas populares de crenças e superstições, os sistemas e formas populares de linguagem. (BRANDÃO: 1982, p.28-29)

No Brasil a sistematização desses estudos se deu através do I Congresso Brasileiro de Folclore, em 1951. Nesse evento ficou definido como fato folclórico “toda maneira de sentir, pensar e agir, que os membros da coletividade exprimem ou identificam como seu, sem que a isso sejam levados por influência direta ou instituições estabelecidas.” Também definiu o caráter de atualização e influência permanente dos fatos, uma vez que são resultado da vivência coletiva diária, e ainda que podendo “resultar tanto de invenção como de difusão”. O documento critica aqueles que vêm no folclore uma manifestação estagnada ou em vias de desaparecimento, chama essa postura de etnocêntrica ou preconceituosa “do observador estranho à comunidade”. E, coloca ainda que, “como expressão da experiência de vida peculiar da coletividade, o fato folclórico se contrapõe à moda, como à arte, à ciência e à técnica eruditas modernas, ainda que estes lhe possam dar origem”. (FERNANDES: 1979, p.25-26)

Alceu Maynard, no volume I do livro “Culturas brasileiras”, categoriza gêneros da cultura brasileira, uma divisão inicial a partir do aspecto econômico. Para ele as áreas culturais brasileiras são: 1. da Pesca, compreendendo as regiões da jangada e do ubá; 2. Agrícola, compreendendo as regiões açucareira, cafeeira e novas culturas; 3. da Mineração, compreendendo as regiões do vaqueiro, do campeiro e do boiadeiro e a 4. Amazônica. (ARAÚJO: 1973, p.13-16) O interessante nessa categorização é que ao traçar essas áreas, localizando-as geograficamente, Maynard considerou os fatores históricos, ou melhor, o processo de colonização pelo qual o Brasil foi passando e se “modernizando” nos processos de trabalho e todo o complexo cultural que isso envolve, resultando no hibridismo cultural, um entrecruzamento de culturas – entre as nativas e às implantadas pela colonização. A economia caracteriza uma região, seja ela de subsistência ou não, e quando é substituída, deixa evidências da cultura que a manteve. Independente de ser cana, café ou gado, as estratégias para a implantação e manutenção de cada uma dessas capitalizações interferem diretamente na capacidade de adaptação ou resistência da cultura popular local.

Câmara Cascudo vai além. Ele fala da existência dual da cultura: a sagrada, com rituais e hierarquias; e a popular, para transmissão oral e coletiva. Define folclore como:

a cultura do popular, tornada normativa pela tradição. Compreende técnicas e processos utilitários que se valorizam numa ampliação emocional, além do ângulo do funcionamento racional. A mentalidade, móbil e plástica, torna tradicional os dados recentes, integrando-os na mecânica assimiladora do fato coletivo (...) O folclore inclui nos objetos e fórmulas populares uma quarta dimensão, sensível ao

seu ambiente. Não apenas conserva, depende e mantém os padrões imperturbáveis do entendimento e ação, mas remodela, refaz ou abandona elementos que se esvaziaram de motivos ou finalidades indispensáveis a determinadas seqüências ou presença grupal. (...) Nenhuma disciplina de investigação humana imobilizou-se nos limites impostos, quando do seu nascimento. Qualquer objeto que projete interesse humano, além de sua finalidade imediata, material e lógica, é folclórico. Desde que o laboratório químico, o transatlântico, o avião atômico, o parque industrial determinem projeção cultural no plano popular, acima de seu programa específico de produção e destino normais, estão incluídos no folclore. (...) Onde estiver um homem aí viverá uma fonte de criação e divulgação folclórica. O folclore estuda a solução popular na vida em sociedade.” (CASCUDO,1988: 334-335)

Florestan Fernandes, no livro “Folclore em questão”, faz uma crítica acirrada a essas conceituações sobre o folclore. Ele coloca que os folcloristas isolam os fatos do contexto e fazem um estudo positivista e funcional. Com isso, ele argumenta que folclore é objeto de investigação científica e não ciência, e que tal procedimento pode desenvolver-se no campo da história, da sociologia, da psicologia, da lingüística, da antropologia; “ao contrário do folclorista, o psicólogo, o etnólogo, o sociólogo não estudam o folclore propriamente dito, mas a sua inserção e influência na organização da personalidade, da cultura e da sociedade.” (FERNANDES: 1979, p.14)

Alfredo Bosi, em *Dialética da Colonização*, coloca que a cultura deve sempre ser pensada no plural e dentro de um contexto. Segundo ele, esta divisão plural é adotada tradicionalmente pela Antropologia Cultural que utiliza, por exemplo, o critério raça – identificando as culturas negras, culturas indígenas, etc.; ou o critério gênero – identificando os grupos de mulheres nas diferentes culturas. O autor faz delimitações, compreende cultura como “uma herança de valores e objetos compartilhada por um grupo humano relativamente coeso”; coloca o sistema educacional instituído, principalmente o universitário como a cultura erudita brasileira; e a cultura popular considera aquela “basicamente iletrada, que corresponde aos *mores* materiais e simbólicos do homem rústico, sertanejo ou interiorano, e do homem pobre suburbano ainda não de todo assimilado pelas estruturas simbólicas da cidade moderna”. Considera essas duas últimas como faixas extremas, no limite *Academia e Folclore*, “que o desenvolvimento da sociedade urbano-capitalista foi alargando” onde também se configura a cultura midiática. (BOSI: 1992: p.309)

Mais adiante, nesse mesmo texto, Bosi levanta a tendência dos estudos sociológicos convencionais e evolucionistas em considerar as manifestações da cultura popular chamadas de folclóricas como manifestações residuais. Considera que são originárias de culturas étnicas que viveram sob o domínio de outras culturas mais centrais e eruditas. Porém, se voltamos para refletir sobre a “cultura dos marginalizados”, como coloca Luiz Beltrão, não podemos considerar o folclore ligado a um centro ou a uma cultura popular, nem tampouco, podemos hierarquizar as culturas e localizá-lo como “mais ou menos” cultural. Ele oscila e vai sendo recriado no contexto amplo da cultura, onde se apresentam os aspectos da vida cotidiana, os aspectos físicos, simbólicos e imaginários. E, principalmente no que se refere à cultura popular, é difícil separar a esfera material da espiritual, o novo do velho, o sagrado do profano, o original da réplica. O cotidiano acultura, incorpora, assimila e reapresenta.

Nessa linha, três pontos importantes para o encaminhamento de pesquisas: primeiro, entender o folclore como objeto de estudo com adoção de metodologias das ciências humanas, inclusive, gerando estudos interdisciplinares; segundo, compreender o tradicional e o “moderno” dentro de um contexto cultural dinâmico perfilando uma identidade e impulsionando uma adaptabilidade permanente, hora resistindo, hora transgredindo, hora estagnando; e terceiro, apreender folclore não como ciência, nem tão pouco como cisão da cultura popular, mas como expressão de grupos populares específicos à margem das culturas eruditas e midiáticas. E é nesse sentido que os estudos em folkcomunicação são realizados, nos processos comunicacionais dos grupos populares que não têm inserção na cultura erudita e tão pouco na cultura midiática – a folkcomunicação.

A cultura popular na mídia

Com a expansão capitalista, nas quatro últimas décadas, há um comportamento que leva à inclusão de novas formas à cultura de modo a incorporarem ou reciclarem às existentes tornando-as cada vez mais híbridas, ou mais reificadas. Steven Connor (1993, p.150) afirma que essas características são os indícios da pós-modernidade, com uma velocidade tal que se perde a referência do original-singular para o produto comercial, não se distingue um do outro.

O entrecruzamento e o hibridismo das culturas constituem a reconversão cultural; ou seja, ocorre a transferência simbólica entre os vários modos culturais, inclusive os da cultura urbana para a rural e vice-versa. Esse processo era chamado de

transcodificação ou tradução cultural. Com a globalização e uma economia voltada para o mercado mundial, os meios de comunicação passam a ter papel fundamental na apresentação de novos formatos, e na penetração sem limites de fronteiras étnicas ou sociais.

As comunidades assimilam e adotam referências das mídias em suas formas de expressão, ao mesmo tempo, servem de referência para a construção de mensagens. Como diz Canclini, é um jogo de ecos. Ao mesmo tempo em que subsidia as produções midiáticas, renova suas formas particulares de comunicação e transmissão de informações pertinentes às relações cotidianas e extraordinárias (festivas) de sua comunidade.

A protagonização das manifestações folclóricas na mídia teve ênfase no século passado, e se evidenciou nas últimas duas décadas, quando a profunda informatização dos processos comunicacionais apontou uma nova relação entre os profissionais da área e o público alvo. E, ainda, as referências folclóricas das diversas localidades nacionais ou internacionais se acentuam como pauta para a formatação e criação de produtos midiáticos como novelas, matérias jornalísticas, debates, desafios, reallt shows, roteiros turísticos, desfiles de moda.

A inserção assertiva das mídias nos mais variados grupos sociais conta com aspectos decisivos: a interatividade, possibilitando participação cada vez maior em compras, em escolhas de programações, participações ao vivo; a diversidade, com adoção de várias linguagens, formatos e meios muitos deles repercutindo a mesma mensagem; e a globalidade, que busca atingir o maior público sem barreiras sócio-geográficas. Esses fatores compõem a cultura midiática universalizada com elementos de grupos específicos. Os reflexos dessa composição refletem-se nas culturas populares, que por sua vez atualizam-se permanentemente, para o que Otavio Ianni (1993) chama de “novo folclore cosmopolita”. E é o que constitui o Folclore Midiático, definido de maneira ímpar por Luiz Beltrão em sua teoria da folkcomunicação (1967), e que Marques de Melo (2002) diz tratar-se de um “mosaico cultural da mídia globalizada”, e que muitas vezes irrompe limites aproximando povos e tornando conhecidos muitas culturas se quer consideradas. Também faz ressurgir expressões culturais esquecidas ou limitadas a grupos específicos, potencializando a interação entre grupo e gerações. Personagens do lendário popular do mundo todo, festas, crenças, culinária de diferentes localidades são recuperados, registrados e divulgados amplamente.

Na teoria da folkcomunicação encontramos parâmetros para analisarmos as interações entre a cultura popular e a mídia no contexto local ou global, uma vez que Luiz Beltrão “reconheceu o universal que subsiste na produção simbólica dos grupos populares, percebendo que ao mesmo tempo os dois sistemas comunicacionais continuarão a se articular numa espécie de *feed-back* dialético, contínuo, criativo.”(MELO: 2001)

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 diferenciais 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.

O folclore adquire valor comercial e reconhecimento internacional enquanto produto, atraindo turistas, estudiosos e consumidores de vários perfis. Mas, principalmente, adquire valor enquanto processo comunicacional, percebendo-se como meio de mobilização e identificação de grupos locais no contexto globalizado. Esse é um processo de folkcomunicação e, conforme analisa Luiz Beltrão (1980, p.40), esse é um rico sistema que contém “um traço de universalidade que advém de sua fundamentação no folclore” com raízes bem arraigadas independentemente das características de seus agentes produtores. Beltrão salienta ainda que “enquanto os discursos da comunicação social são dirigidos *ao mundo*, os da folkcomunicação *a um mundo* em que palavras, signos gráficos, gestos e 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.” (1980, p.40)

O estudo desse mundo, portanto, é o campo da folkcomunicação, que para Luiz Beltrão “é o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, idéias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (2001, p.79), e por isso mesmo, um processo artesanal e horizontal onde ocorre a comunicação interpessoal através de canais conhecidos pelos grupos rurais ou urbanos.

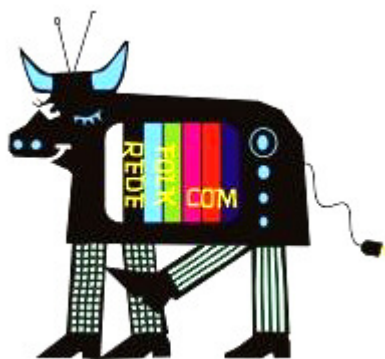
Esse conceito foi aperfeiçoado pelo professor Antonio Hohlfeldt (2002), que atualiza a compreensão da teoria

A folkcomunicação não é, pois, o estudo da cultura popular ou do folclore, é bom que se destaque com clareza. A folkcomunicação é o estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos.

Dessa forma, fica mais evidenciado no que trouxemos dos diferentes autores, e mais proximamente de Luiz Beltrão, Marques de Melo e Hohlfeldt, a folkcomunicação demarca um campo de estudo científico que não é nem o folclore e nem a cultura popular, o interesse dessa área está nos procedimentos comunicacionais existentes nesse contexto.

Os estudos em folkcomunicação

Nesse contexto, surge um fórum de diálogo, questionamento e fomento da pesquisa e instrumentalização dos pesquisadores. Depois de vários anos realizando conferências nacionais e seminários regionais, ganhou representatividade efetiva na Intercom e na ALAIC com a criação de GTs específicos. Com seu fortalecimento, constituiu-se em 2004 a Organização não governamental **Rede Folkcom** – Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação. A Rede é núcleo gerador de reflexões, com uma visão totalizadora do contexto, estuda o folclore como um processo permanente de comunicação e a mídia como instrumento.



As reflexões da Rede Folkcom estão voltadas para a Folkcomunicação nas modalidades regionais e globais. Tanto a cultura popular, ou as expressões folclóricas nela inseridas, para os estudos de comunicação tem valor como processo

comunicacional, percebendo-se como meio de mobilização e identificação de grupos. Para Luiz Beltrão (1980, p.40) esse é um rico sistema que contém “um traço de universalidade que advém de sua fundamentação no folclore” com raízes bem arraigadas independentemente das características de seus agentes produtores. Beltrão salienta ainda que “enquanto os discursos da comunicação social são dirigidos *ao mundo*, os da folkcomunicação *a um mundo* em que palavras, signos gráficos, gestos e 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.” (1980, p.40)

A REDE FOLKCOM está voltada às pesquisas relacionadas ao estudo da comunicação na cultura popular ou no folclore, a Folkcomunicação. É uma Organização Não Governamental, sem fins lucrativos, vinculada à Cátedra Unesco-Methodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, a grande incentivadora dos estudos e das pesquisas nessa área.

Agrupa os novos estudos e os principais pesquisadores de folkcomunicação. Em suas publicações bem como em seus eventos, traz as reflexões mais recentes sobre a Teoria iniciada por Luiz Beltrão, com textos atualizados que avançam nas concepções teóricas e metodológicas. Reúne discípulos diretos do pioneiro, como José Marques de Melo e Roberto Benjamin, que publicam periodicamente retrospectivas conceituais e apontam para as novas concepções. Evidenciam que o campo da folkcomunicação vem se fortalecendo e atualiza-se midiaticamente, uma vez que a sociedade de classes perdura marginalizando vários segmentos sociais.

Os estudos em folkcomunicação são desenvolvidos por um importante grupo de pesquisadores da região nordeste brasileira, protagonistas de uma reflexão advinda do contexto vivenciado por Beltrão, hoje atualizado e com novas configurações. São eles: Osvaldo Trigueiro, Samantha Castelo Branco, Severino Lucena e Betânia Maciel. Apresentam uma contribuição sobre temáticas diferenciadas das manifestações populares como: Folkcomunicação organizacional e folkmarketing, Ativistas midiáticos e o ex-voto como veículo comunicacional, e as várias possibilidades metodológicas de abarcar os objetos de estudo nessa área. Estes pesquisadores elucidam o fato de na globalização, ao invés de ocorrer a homogeneização cultural, e até o desaparecimento de culturas tradicionais locais, houve um contra-fluxo. Ocorre uma ressignificação das manifestações populares, resultando num posicionamento e apropriação das novas tecnologias e linguagens midiáticas. Essa dinâmica configura um campo amplo de

pesquisa, e por isso várias possibilidades metodológicas se abrem, para que cada pesquisador adote os procedimentos adequados a especificidade do objeto e dos objetivos do estudo.

Um grupo importante de pesquisadores da folkcomunicação é o vinculado ao Grupo São Bernardo (do programa de Pós-Graduação da Metodista e da Cátedra Unesco/Metodista para o Desenvolvimento Regional), tem uma formação e vivência no contexto urbanizado e industrializado da região do ABCD Paulista e da Grande São Paulo como: Alfredo d'Almeida, Rosa Nava, Fábio Corniani, José Carlos Aronchi e Maria Cristina Gobbi – que também é Diretora da Cátedra Unesco-Metodista. Esses autores trazem reflexões que recuperam o percurso de Luiz Beltrão, em sua trajetória de jornalista, professor e pesquisador. Evidenciam suas ações pioneiras: a importância de sua tese inaugural da Folkcomunicação, a relevância acadêmica da Revista *Comunicação & Problemas* e do *INCIFORM* - Instituto de Ciências da Informação (1963). Trabalham com conceitos e experiências de jornalismo do povo e de folkmídia, e uma problemática bastante atual, o ORKUT como espaço de manifestações comunicacionais culturalmente marginalizadas. Também traz a experiência e proposta do Folkcom Imagem e Som, como uma mostra audiovisual das pesquisas empíricas realizadas na área.

Outros pesquisadores emergentes que se envolvem com o campo da folkcomunicação em várias regiões do país: Marlei Sigristi (MS), Antonio Teixeira Barros (DF), Sergio Gadini (PR), Marcelo Oliveira (SP) e Antonio Hohlfeldt (RS). Esses autores apresentam importantes contribuições teóricas, na ordem: Descreve e conceitua a festa como comunicação popular, analisa a contribuição de Gilberto Freyre e das relações públicas para o estudo teórico da Folkcomunicação, aborda o uso político de expressões populares, ao mesmo tempo, faz um percurso metodológico para analisar as relações entre os estudos de mídia, política e da folkcomunicação. Coloca a história oral como método de estudo para as manifestações folk; e, a partir de uma *re-visita* às teorias iniciais aponta à interdisciplinaridade, necessária ao complexo e relevante campo de estudo, e atualiza os conceitos iniciais.

A pesquisa de folkcomunicação rompe fronteiras e se expande para alguns países da América Latina e da Europa. De forma mais participativa, uma pesquisadora colombiana Esmeralda Villegas faz estudos sobre a radiodifusão e o folclore em seu país e, em outros mares, um pesquisador português Carlos Nogueira estuda a literatura oral nos setores marginalizados lusitanos.

Todas essas contribuições estão organizadas na Rede Folkcom em quadro grandes linhas de pesquisa: **Teoria e Metodologia**, que apresenta as reflexões dos conceitos e dos processos que resultam na compreensão ou na atualização do arcabouço folkcomunicação; **Gêneros e Formatos**, desenvolve temas que estudam as formas tradicionais de comunicação das camadas populares, conforme enunciadas por Luiz Beltrão; **Política e Contemporaneidade**, discutem as formas e as estratégias de ação política que envolvem a folkcomunicação - como apropriações efetuadas por organizações políticas e/ou partidárias, ou como manifestações espontâneas de indivíduos ou grupos que se posicionam na rede midiática -; **Festividades e Turismo**, expõe as análises sobre as festas populares, o contexto, a apropriação pelo turismo e as novas abrangências organizacionais.

São 41 anos da teoria inaugural de Luiz Beltrão, a Folkcomunicação. Cada vez mais essa disciplina ganha ênfase no campo da Comunicação. Uma área que demarca conceitos e objetos resultando na delimitação e atualização da teoria. Trata de temáticas pertinentes e contemporâneas. Também busca metodologias apropriadas aos processos e as técnicas de estudos nas ciências sociais aplicadas. E ainda, sugere ações de engajamento na produção áudio-visual e na pesquisa acadêmica. Essa é uma contribuição que a Rede Folkcomunicação, por meio de seus pesquisadores, oferece aos envolvidos com a comunicação, e com as disciplinas das ciências humanas uma perspectiva de pesquisa que concede a voz e compartilha a vez com os excluídos da grande aldeia comunicacional.

Bibliografia de Referência:

ALMEIDA, Renato. **A inteligência do folclore**. Rio: Cia. Americana-MEC, 1974.

ARAÚJO, Alceu Maynard. **Cultura popular brasileira**. São Paulo: Melhoramentos, 1973.

BELTRÃO, Luiz. **Comunicação e folclore**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e de expressão de idéias. São Paulo: Melhoramentos, 1971.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: Teoria e Metodologia. São Bernardo do Campo: Metodista, 2004.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação, de fatos e de expressão de idéias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação na sociedade contemporânea**. Porto Alegre: Comissão Gaúcha de Folclore, 2004.

BOSI, Alfredo. **Dialética da colonização**. São Paulo: Companhia das Letras, 19--.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **O que é folclore**. São Paulo: Brasiliense, 1982.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas**. México: Grijalbo, 1989.

CASCUDO, Luiz Câmara. **Dicionário do folclore brasileiro**. Rio de Janeiro: Instituto Nacional, 1972.

_____. **Tradição, ciência do povo**. São Paulo: Perspectiva, 1971.

COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural**: cultura e imaginário. São Paulo: Editora Iluminuras Ltda, 1997.

CONNOR, Steven. **Cultura pós-moderna**: introdução às teorias do contemporâneo. São Paulo, Loyola, 1993.

FERNANDES, Florestan. **O folclore em questão**. São Paulo: Hucitec, 1989.

GOLDMANN, Lucien. **Dialética e Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 3ª edição, 1979.

LIMA, Rossini Tavares de. **A ciência do folclore**. São Paulo: Ricordi, 1978.

Marques de Melo, José; TRIGUEIRO, Osvaldo M.. **Luiz Beltrão**: pioneiro das ciências da comunicação no Brasil. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2007 (PRELO)

MARQUES DE MELO, José. **Mídia e cultura popular**: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

MARQUES DE MELO, José (org). **Mídia e Folclore**. Maringá: Faculdades Maringá, 2001.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**: cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Brasiliense, 1988.

PELLEGRINI FILHO, Américo. **Ecologia, cultura e turismo**. Campinas, SP: Papyrus, 1993.

_____; SANTOS, Yolanda Lhulier. **Antropologia Cultural e Folclore**. São Paulo: Olimpika, 1989.

QUEIROZ, Maria Izaura Pereira. "Funções sociais do folclore". In Revista de Cultura Vozes, ano 63, nº 10, out. 1969.

_____. **Comunicação e cultura popular**. São Paulo: Univerisdade de São Paulo/Escola de Comunicação e artes, 1972.

SCHMIDT, Cristina. (ORG.) **Folkcomunicação na arena global**. Avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006.

SCHMIDT SILVA, Cristina. **Viva São Benedito!** - Festa popular e turismo religioso em tempo de globalização. Aparecida: Santuário, 2000.