

Avanços teóricos e metodológicos para os estudos de Folkcomunicação¹

Cristina Schmidt

Resumo

2006 é o Ano Luiz Beltrão, marcando 70 anos do início de sua carreira jornalística, e apontando os 40 anos de sua inaugural teoria da Folkcomunicação. Cada vez mais essa disciplina ganha importância no campo da Comunicação, pela importância da cultura local e sua protagonização na arena global. O livro esclarece conceitos e processos que resultam na demarcação e atualização da teoria. Trata de temáticas como: a folkmídia, o jornalismo do povo, o ex-voto, as festas populares, a literatura oral e a iconografia, a radiodifusão e as novas mídias. Também traz as metodologias possíveis, os processos e as técnicas de estudos na área. E ainda, sugere ações de engajamento na produção áudio-visual e na pesquisa acadêmica. Seus autores são pesquisadores da Rede Folkcom /Cátedra Unesco/Umesp, e são os principais estudiosos de folkcomunicação da atualidade.

Palavras-chave: Folkcomunicação, metodologia, teoria da comunicação

Introdução

Nossa sociedade atual traz no bojo uma proposta que vai além de um período de vivências cotidianas e ações políticas parcas, ela se prope a “sociedade do conhecimento”, onde o diálogo deve ser permanente, simultâneo e ininterrupto em vários níveis. Esse momento decorre da “revolução digital”, talvez mais importante que a própria revolução industrial, por possibilitar a horizontalização da informação. Um momento de conectividade global exige pessoas relacionadas com os diversos aportes do conhecimento que se processa empiricamente. Também exige um ser que esteja ágil o suficiente para atuar no meio com pronta decisão, um ser criativo ou mediado pela interatividade permanente das infovias, um ser intercriativo.

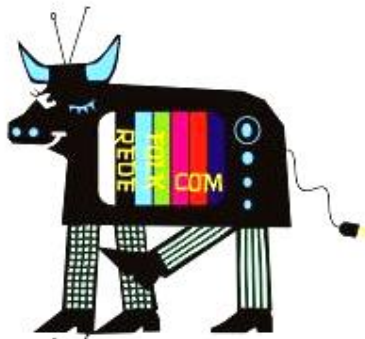
O cotidiano está orientado para uma exibição rápida, espetacular dos acontecimentos e delimitados por múltiplos interesses. A oferta veloz de informação criou uma geração de selecionadores velozes e superficiais, provocando o efeito “zapping”. O mundo digital propõe um mundo novo em poucos dias. Exige uma formação e atualização permanente, o domínio das novas tecnologias, a fluência na língua natal, e posturas com ações

¹ Esse texto foi publicado com Apresentação do livro Folkcomunicação na Arena Global: avanços teóricos e metodológicos, organizado por Cristina Schmidt.

expressivas. Isso, para a devida seleção e compreensão do que é proposto pelo contexto, a fim de que haja um discernimento horizontal e vertical do processo.

Conectados com o mundo, a estrutura social é permeada pelas decorrências dos meios de comunicação de massa, pelos mecanismos de comunicação locais ou regionais, que traduzem um interesse mais localizado. Essa realidade é a que contém o mundo do trabalho, do lazer, da economia, da política e da cultura. Balizadas por esse contexto, novas configurações são moldadas nos diversos aportes da formação do indivíduo para localizar-se nesse meio.

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.



Os eventos realizados pela Rede contemplam temáticas “linkadas” aos meios de comunicação e aos meios interativos para a realização do processo folkcomunicação, “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” (Beltrão, 2001, p.79).

Por isso, alguns objetivos norteiam as ações da Rede:

2.2.1. Delinear o campo da folkcomunicação definindo um arcabouço teórico metodológico;

2.2.2. Compreender o contexto da folkcomunicação a partir da localização do homem: na festa, na culinária, no artesanato, na música, na religião, na arquitetura, no trabalho, etc;

2.2.3. Realizar estudos documentais e empíricos descrevendo-os e analisando-os enquanto processos e fenômenos folkmediáticos, localizando seus agentes codificadores, seus canais de expressão, o tipo de mensagem, e o público que se destina;

2.2.4. Intercambiar subsídios com os pesquisadores ligados a Rede Folkcom e com novos pesquisadores de outras organizações de pesquisa, inclusive internacionais;

2.2.5. Promover seminário e/ou reunião científica nas instituições de origem de cada pesquisador a fim de ampliar a discussão da Folkcomunicação;

2.2.6. Divulgar os resultados das pesquisas em eventos científicos regionais, nacionais e internacionais.

Contribuições metodológicas

É importante observar que os eventos da Rede FOLKCOM têm se preocupado em definir previamente um recorte de estudo dentro do âmbito da folkcomunicação. A finalidade de tal postura está em estimular a reflexão e produção acadêmica com referenciais e parâmetros comuns, além de proporcionar uma concentração mais sistematizada em determinadas temáticas de acordo com os aportes contextuais. Neste ano de 2006, com as comemorações de 10 anos da Cátedra Unesco, a Conferência de Folkcomunicação está inserida no macro Congresso Multidisciplinar “Comunicação, Região, Inclusão e Diversidade: Promovendo o desenvolvimento humano na era digital” realizado na Universidade Metodista de São Paulo, com a temática específica: ***“FOLKCOMUNICAÇÃO E CIBERCULTURA: A voz e a vez dos excluídos na arena digital”***.

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 folclore² 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

²Tomamos folclore como sendo a “expressão das aspirações e expectativas populares” (CARNEIRO, 1965, p. 22) que represente o pensar, o sentir e o agir das comunidades. E, ao mesmo tempo, entendendo-o como “processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, idéias e atitudes da massa” (BELTRÃO, 1971, p. 15).

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)

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 acentuaram como pauta para a formatação e criação de produtos midiáticos como novelas, matérias jornalísticas, debates, desafios, roteiros turísticos, modas.

A inserção midiática, entretanto, propõem uma cultura sempre diferente mas nem sempre nova e original, pois incorpora imagens do mundo globalizado sem perder as singularidades nacionais, regionais ou locais. Nesse contexto não há a perda total das raízes ou da identificação, ocorre a universalização de alguns elementos e a substituição de outros, para o que Otavio Ianni (1993) chama de “novo folclore cosmopolita”. 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 do mosaico cultural que a mídia globalizada enseja diariamente, rompendo o isolamento social em que os cidadãos comuns viveram até recentemente. Costumes, tradições, gestos e comportamentos de outros povos, próximos ou distantes, circulam amplamente na ‘aldeia global. Da mesma forma, padrões culturais que pareciam sepultados na memória nacional, regional ou local ressuscitam profusamente, facilitando a interação entre gerações diferentes, permitindo o resgate de celebrações, ritos ou festas aparentemente condenadas ao esquecimento.

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. E, tomando o conceito formulado por Luiz

Beltrão, a “folkcomunicação 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.

E, muito bem pontuado pelo professor Antonio Hohlfeldt (2002), 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.

Para fazer essa leitura é preciso desconstruir os referenciais científicos e políticos que usufruem o universo do popular. A perspectiva da Folkcomunicação de Luiz Beltrão, como coloca Marques de Melo (2001), encontrou dupla resistência: a dos folcloristas conservadores (que pretendiam defender a cultura popular das investidas midiáticas modernizantes) e a dos comunicólogos libertadores (que pretendiam fazer da cultura popular o cavalo de tróia das suas batalhas políticas em lugar de apreender nessas manifestações o limite da resistência possível de comunidades empobrecidas cuja meta é a superação da marginalidade social).

E é nessa teoria que encontramos uma atualidade para analisarmos as interações entre o local e o global nos processos folkcomunicacionais, uma vez que Luiz Beltrão “reconheceu o universal que subsiste na produção simbólica dos grupos populares, percebendo ao mesmo tempo que os dois sistemas comunicacionais continuarão a se articular numa espécie de *feed-back* dialético, contínuo, criativo.”(MELO: 2001)

Os caminhos na Rede

As reflexões da Rede Folkcom, portanto, estão voltadas para a Folkcomunicação nas modalidades regionais e globais. 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. Isso é 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)

A REDE FOLKCOM está voltada às pesquisas relacionadas ao estudo da comunicação na cultura popular ou no folclore. A folkcomunicação, portanto, “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” (Hohlfeldt, 2002). É uma Organização Não Governamental, sem fins lucrativos, vinculada à Cátedra Unesco-Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, a grande incentivadora dos estudos e das pesquisas nessa área.

Para agrupar os novos estudos e os principais pesquisadores de folkcomunicação, a Rede Folkcom organizou o livro **A FOLKCOMUNICAÇÃO NA ALDEIA GLOBAL**. Nele, 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, com textos que fazem uma retrospectiva conceitual 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.

Também apresenta 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 textos elucidam que com a globalização, ao invés de ocorrer a homogeneização cultural, e até o desaparecimento de culturas tradicionais locais, houve um contrafluxo. Está ocorrendo uma ressignificação das manifestações e do folclore, resultando num posicionamento e

apropriação das novas tecnologias e linguagens midiáticas. Demonstram que 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), com 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**, um 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.

O livro oferece ainda, artigos de pesquisadores 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 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 *revisita* às teorias iniciais aponta à interdisciplinaridade, necessária ao complexo e relevante campo de estudo.

A pesquisa de folkcomunicação rompe fronteiras e se expande para alguns países da América Latina e da Europa. Nessa publicação, uma pesquisadora colombiana apresenta um panorama da radiodifusão do folclore em seu país e, de outros mares, um pesquisador português faz apontamentos sobre a literatura oral nos setores marginalizados lusitanos.

Todas essas contribuições estão organizadas neste livro em quatro eixos temáticos: **Teoria e Metodologia**, que apresenta as reflexões dos conceitos e dos processos que resultam na

compreensão ou na atualização do arcabouço folkcomunicacional; **Gêneros e Formatos**, desenvolve temas que estudam as formas tradicionais de comunicação das camadas populares, conforme enunciadas por Luiz Beltrão; **Política e Contemporaneidade**, reúne textos que discutem algumas formas e 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.

2006 é o Ano Luiz Beltrão, marcando 70 anos do início de sua carreira jornalística, e apontando os 40 anos de sua inaugural teoria da Folkcomunicação. Cada vez mais essa disciplina ganha ênfase no campo da Comunicação, pela importância da cultura local e sua protagonização na arena global. O livro esclarece conceitos e processos que resultam na demarcação e atualização da teoria. Trata de temáticas pertinentes e contemporâneas.

Também traz as metodologias possíveis, os processos e as técnicas de estudos na área. E ainda, sugere ações de engajamento na produção áudio-visual e na pesquisa acadêmica.

Essa é uma contribuição que a Rede Folkcomunicação, com seus pesquisadores, oferece aos envolvidos com a comunicação, com o turismo, e com tantas outras áreas que buscam a voz e compartilham a vez com os excluídos da grande aldeia comunicacional.

Referências Bibliográficas

- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias. Porto Alegre/RS: EDIPUCRS, 2001.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: EDUSP, 4ª ed., 2003.
- IANNI, Otavio. **A sociedade global**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1992.
- MELO, José Marques de. **Folkmídia: a difusão do folclore pelas indústrias midiáticas**. VI Conferência Nacional de Folkcomunicação. São João da Barra/RJ: abril, 2003.
- MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina; SATHLER, Luciano (orgs). **Mídia Cidadã, utopia brasileira**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.
- 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, SP: Santuário, 2000.