

O campo da Folkcomunicação: identidade, atualização, desafios¹

José Marques de Melo²

Resumo: Retrospecto histórico da Folkcomunicação enquanto disciplina acadêmica. Delimitando as fronteiras desse campo de pesquisa, o autor busca compreender sua identidade, no âmbito das ciências da comunicação, bem como sua renovação no processo de resgate do legado beltraniano pelas novas gerações. Conclui formulando o desafio metodológico que corresponde aos pesquisadores da área, no sentido de testar novas formas de conhecimento que ajudem agentes folkcomunicacionais a superar a condição de marginalidade a que foram historicamente condenados.

Palavras-chave: Folkcomunicação. Folclore. História. Teoria. Metodologia.

Resumen: Recuento de la fundación y desarrollo de la disciplina académica llamada Folk Comunicación. Delimitando las fronteras del campo de investigación, el autor intenta comprender su identidad, en el universo de las ciencias de la comunicación, así como su renovación en el proceso de rescate del legado beltraniano por las nuevas generaciones. En el cierre de la ponencia, presenta el desafío metodológico enfrentado por los investigadores del campo, en el sentido de aplicar nuevas formas de conocimiento que sean útiles para superar la condición de marginalidad a que están asignados los agentes folk. comunicacionales.

Palabras-clave: Folk Comunicación. Folclore. Historia. Teoría. Metodología

Abstract: Review of Folk Communication development process as an academic field. By defining boundaries between Folklore and Folk Communication, the author intends to understand its identity, in the framework of the communication sciences. At the same time, he tries to perceive the strategies used by the new generation of researchers in order to preserve Luiz Beltrão legacy. The methodological challenges faced by Communication scholars are also focused as a tool to help folk communication agents to overcome marginalized status.

Key words: Folk Communication. Folklore. History. Theory. Methodology.

Campo

¹ Conferência inaugural da X Conferência Brasileira de Folkcomunicação. Ponta Grossa, UEPG, 16 de agosto de 2007

² Professor Emérito da Universidade de São Paulo, ocupando atualmente o cargo de Diretor-Titular da Cátedra UNESCO/Metodista de Comunicação. Presidente de Hora da Rede FOLKCOM.

Segmento inovador de pesquisa latino-americana no âmbito das ciências da comunicação, a Folkcomunicação dedica-se ao “estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias”. Seu fundador é o brasileiro Luiz Beltrão (1918-1986). O marco teórico está contido na tese de doutorado que ele defendeu, em 1967, na Universidade de Brasília.

O objeto de pesquisa dessa nova disciplina encontra-se na fronteira entre o **Folclore** (resgate e interpretação da cultura popular) e a **Comunicação de Massa** (difusão industrial de símbolos, através de meios mecânicos ou eletrônicos, destinados a audiências amplas, anônimas e heterogêneas).

Se o **Folclore** compreende *formas interpessoais ou grupais de manifestação cultural protagonizadas pelas classes subalternas*, a **Folkcomunicação** caracteriza-se pela utilização de *mecanismos artesanais de difusão simbólica para expressar em linguagem popular mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural*.

Esta era a compreensão original de Luiz Beltrão, que a entendia como **processo de intermediação entre a cultura das elites** (erudita ou massiva) **e a cultura das classes trabalhadoras** (rurais ou urbanas).

Tratava-se daquela “segunda etapa” do processo de difusão massiva concebido pelo sociólogo Paul Lazarsfeld e seus discípulos da Universidade de Columbia. Porém com uma diferença fundamental. Enquanto os cientistas norte-americanos vislumbravam o protagonismo individual de “líderes de opinião” em “grupos primários”, o fundador da folkcomunicação dimensionava a influência coletiva de “agentes simbólicos” no seio de “comunidades periféricas”.

Foi dentro dessa perspectiva que se realizaram as primeiras pesquisas do gênero, privilegiando as **decodificações da cultura de massa** (ou suas leituras simplificadoras da cultura erudita) **feitas pelos veículos rudimentares nos quais se abastecem simbolicamente os segmentos populares da sociedade**.

Contudo, para legitimar-se socialmente e para conquistar os mercados constituídos por cidadãos que não assimilaram inteiramente a cultura alfabética, a indústria cultural brasileira necessitou retroalimentar-se continuamente na cultura popular. Muitos dos seus produtos típicos, principalmente no setor do entretenimento, resgataram símbolos populares, submetendo-os à padronização típica da fabricação massiva e seriada.

Em função disso, os discípulos de Luiz Beltrão ampliaram o seu raio de observação dos fenômenos folkcomunicaçãois, não se limitando a analisar os processos da recodificação popular de mensagens da cultura massiva, mas também rastreando os processos inversos, de natureza folkmediática. Ou seja, pesquisando a apropriação de bens da cultura popular pela indústria cultural (tanto os meios de comunicação coletiva quanto os aparatos do lazer massivo, principalmente o turismo).

Identidade

Luiz Beltrão lançou a plataforma dessa nova disciplina no âmbito das ciências da comunicação no primeiro número da revista ***Comunicações & Problemas***. No artigo sobre o “ex-voto”, ele suscitava o olhar dos pesquisadores da comunicação para um tipo de objeto que já vinha sendo competentemente estudado pelos antropólogos, sociólogos e folcloristas, mas negligenciado pelos comunicólogos.

Seu argumento implícito era o de que as manifestações populares, acionadas por agentes de “informação de fatos e expressão de idéias”, tinham tanta importância comunicacional quanto aquelas difundidas pelos *mass media*. Por isso mesmo ele recorria ao arsenal metodológico já testado e aperfeiçoado no estudo das manifestações convencionais do *mass-journalism* (formatadas de acordo com os canais pós-gutenbergianos) e as transportava para analisar as ricas expressões daquilo que ele sugeria como integrantes do *folk-journalism* (veiculadas em canais pré-gutenbergianos ou usando tecnologias tão rudimentares como a *prensa* de Mogúncia).

Na verdade, Beltrão descobrira que os processos modernos de comunicação massiva coexistiam, no espaço brasileiro, com fenômenos de comunicação pré-moderna. Eram reminiscências do período medieval-europeu, transportadas pelos colonizadores lusitanos e historicamente aculturadas, aparentando uma espécie de *continuum* simbólico. Tais veículos de comunicação popular ou de folkcomunicação, como ele preferiu denominar, mesmo primitivos ou artesanais, atuavam como meros retransmissores ou decodificadores de mensagens desencadeadas pela indústria da comunicação de massa (jornais, revistas, rádio, televisão).

Em certo sentido, Luiz Beltrão antecipava, no Brasil, observações empíricas que depois seriam feitas também por Jesus Martin Barbero, na Colômbia, robustecendo sua teoria das “mediações culturais”, o cerne da contribuição dos culturalistas ao pensamento comunicacional latino-

americano. Dessa corrente, o mexicano Jorge González - *Sociologia de las culturas subalternas*, Mexicali, Universidad Autónoma de Baja California, 1990, p. 67 - já fizera referência explícita aos estudos seminais do cientista pernambucano sobre as classes subalternas brasileiras. Tal pioneirismo seria enfatizado pelo próprio Martin Barbero, em sua análise sobre os “aportes” brasileiros para as ciências sociais da América Latina durante o congresso INTERCOM’97. Beltrão reconheceu nos agentes de folkcomunicação, em sociedades rurais ou periféricas, um caráter nitidamente institucional, semelhante àquele que Martin Barbero atribuiria mais tarde aos agentes educativos, religiosos ou políticos nas sociedades urbanas metropolitanas.

Mas, antes disso, a originalidade dos estudos de Luiz Beltrão havia merecido aplausos do maior folclorista brasileiro, que foi Luís da Câmara Cascudo. Depois de ler o artigo sobre o “ex-voto” publicado na revista do ICINFORM, Mestre Cascudo endereçou uma carta estimuladora, destinada a elevar o astral do seu autor.

O incentivo de Câmara Cascudo foi decisivo. Tanto assim que Luiz Beltrão sistematizou e ordenou suas observações sobre as manifestações da comunicação popular nordestina, ancorando-as nas teorias do *folk-lore* e confrontando-as com os paradigmas da *mass-communication*. Dois anos depois resgatou as evidências empíricas e interpretou-as segundo as teorias da comunicação de massa e da cultura popular, enfeixando-as na tese de doutoramento que inscreveu na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília.

Além de fundamentar-se em teorias norte-americanas da *mass communication*, Beltrão buscou amparo nas teses da “dinâmica do folclore” defendidas pelo folclorista (neomarxista) Edison Carneiro. Aqueles eram tempos de obscurantismo cultural, motivando a supressão do primeiro capítulo da tese, quando esta foi publicada sob a forma de livro. Assim sendo, a teoria da folkcomunicação circulou incompleta e mutilada no volume *Comunicação e Folclore* (São Paulo, Melhoramentos, São Paulo, 1971).

Ao publicar seu segundo livro sobre essa temática - *Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados* (São Paulo, Cortez, 1980), Beltrão corrige a denotação jornalística antes apontado, bem como sua evidente conotação regional. A teoria da folkcomunicação já se apresentava, nesse momento, bem mais rica e estruturada, fruto das pesquisas empíricas que ele realizou em outras regiões brasileiras, especialmente em Brasília (síntese cultural do país), e dos confrontos feitos com pesquisas

semelhantes desenvolvidas em outros países. Nesse sentido, ele tomou ao pé da letra a proposta de Câmara Cascudo: ande primeiro com os próprios pés e veja com os próprios olhos para depois comparar com as pegadas e os olhares dos outros.

A versão integral da tese de doutorado de Luiz Beltrão só foi publicada integralmente no raiar do século XXI, por iniciativa do Prof. Antonio Hohlfeldt, na coleção Comunicação, pela Editora da PUCRS – *Folkcomunicação* (Porto Alegre, 2001).

Atualização

O resgate, a exegese e a renovação do pensamento folkcomunicação vem sendo feitos pela Rede Brasileira dos Pesquisadores Brasileiros de Folkcomunicação, constituída em 1998. Seu trabalho evidencia sinais de maturidade desta disciplina acadêmica no último decênio.

Surgindo em São Bernardo do Campo (SP), no campus da Universidade Metodista de São Paulo, durante a I Conferência Brasileira de Folkcomunicação, promovida pela Cátedra UNESCO de Comunicação, a Rede Folkcom optou pela mobilidade espacial, localizando-se periodicamente em distintos quadrantes da geografia nacional. Estabeleceu-se primeiro em Belo Horizonte (MG), migrou depois para Bertioga (SP) e agora está fincada às margens do Capibaribe, na cidade do Recife.

Em cada um desses espaços, a associação encontrou terreno fértil. Sua produtividade pode ser mensurada através da série de publicações editadas, nesses e em outros locais. Além do fato alvissareiro da reedição da obra seminal de Luiz Beltrão, fundador da Folkcomunicação - *Folkcomunicação, um estudo dos agentes e dos meios de informação de fatos e expressão de idéias* (Porto Alegre, EDIPUCRS 2001), surgiram outras obras que se encontravam esgotadas ou inacessíveis. Em Maringá (PR) aparecia a coletânea *Mídia e Folclore; o estudo da Folkcomunicação segundo Luiz Beltrão* (2001), publicada pelas Faculdades Maringá. Pouco tempo depois, a Editora Metodista (São Bernardo do Campo) editava uma antologia do legado beltraniano sobre o fenômeno, sob o título *Folkcomunicação: teoria e metodologia* (2004).

Àquela altura, a Rede Folkcom começava a exhibir um aluvião de registros sobre as incursões teóricas ou empíricas feitas pelos seus participantes. Fazem parte desse conjunto as seguintes obras coletivas: *Folkcomunicação* (2000), dossiê organizado por Waldemar Kunsch na edição n. 34 da revista

“Comunicação & Sociedade” (São Bernardo do Campo); *Folkcomunicação: resistência cultural na sociedade globalizada* (2004), coletânea organizada por Sebastião Breguez (Belo Horizonte, Intercom); *Signos da Folkcomunicação* (2004), edição monográfica da revista “Signos”, coordenada por Elizete Kreutz (Univates); *Folkcomunicação na arena global* (2006), organizado por Cristina Schmidt (São Paulo, Editora Ductor); *Folkcom: do ex-voto à indústria dos milagres – A comunicação dos pagadores de promessas* (2006), organizado por Jacqueline Dourado (Teresina, Grupo Claudino); e *Folkcomunicação, mídia dos excluídos* (2007), coordenado por Maria Cristina Gobbi (Prefeitura do Rio de Janeiro).

Tal produtividade transparece também nas publicações assinadas pelos próprios integrantes da Rede Folkom. Severino Lucena puxa o cordão, publicando seu *Azulão do Bandepe, uma estratégia de comunicação organizacional* (Recife, 1998). Roberto Benjamin o acompanha, lançando dois livros – *Folkcomunicação no contexto de massa* (João Pessoa, Editora da UFPB, 2000) e *Folkcomunicação na Sociedade Contemporânea* (Porto Alegre, CGF, 2004). Da mesma forma, Joseph Luyten comparece ao mercado editorial com a sua bibliografia *Um século de Literatura de cordel* (São Paulo, Nosso Studio, 2001). José Carlos Aronchi produz o vídeo didático “Ver & entender Folkcomunicação”, lançado em todo o país pelo Centro Universitário UNINOVE (São Paulo), contendo depoimentos de Antonio Hohlfeldt, Cristina Schmidt, José Marques de Melo, Osvaldo Trigueiro, Roberto Benjamin e Sebastião Breguez sobre a natureza dos fenômenos folkcomunicacionais.

Fomentando esse caudal cognitivo, a *Revista Internacional de Folkcomunicação*, originalmente editada por Antonio Teixeira Barros (IESB, Brasília) e continuada por Sérgio Gadini (UEPG, Ponta Grossa – Paraná), franqueou espaços para que os jovens pesquisadores da área difundissem o novo conhecimento folkcomunicacional.

Partiu justamente do Grupo de Ponta Grossa, liderado por Sérgio Gadini e Karina Janz Woitowicz, o projeto do glossário denominado *Noções básicas de Folkcomunicação - Uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões*. Sua proposta é a de introduzir a nova geração de estudiosos das escolas de comunicação ao universo folkcomunicacional.

Através de verbetes escritos por especialistas situados em distintas latitudes e cultivando diferentes visões de mundo, aquele volume representa uma contribuição valiosa à difusão e renovação do pensamento folkcomunicacional. Ao apresentar esta obra – aberta, plural e didática - à

nossa comunidade acadêmica, quero felicitar os colegas do Curso de Comunicação da Universidade Estadual de Ponta Grossa pela iniciativa, a um só tempo oportuna e necessária.

O volume não esgota o repertório da folkcomunicação. Ao contrário, elege alguns termos e expressões de domínio generalizado. Desta maneira, deixa o terreno pavimentado para estimular projetos semelhantes, mais amplos e profundos. Recolhendo, registrando e explicando a linguagem através da qual a Folkcomunicação se faz entender, seus praticantes estão contribuindo para a maturidade, a legitimação e o reconhecimento público dessa nova disciplina acadêmica.

Desafios

Ao realizar esta X Conferência Brasileira de Folkcomunicação, em território paranaense, tendo como cenário o campus da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), a Rede Folkcom celebra os 40 anos da Folkcomunicação.

Nunca é demais repetir que os pressupostos e os paradigmas folkcomunicacionais foram explicitados na tese de doutorado que Luiz Beltrão defendeu na Universidade de Brasília, em 1967, e que os seus discípulos estão atualizando, renovando e ampliando.

Trata-se, em verdade, de uma atitude coerente e consistente, no sentido de alargar as fronteiras disciplinares, em busca de novos objetos, mas com a intenção de criar e testar metodologias apropriadas.

Este é sem dúvida o maior desafio da nossa comunidade acadêmica. Não podemos esquecer a lição anotada por Luiz Beltrão em 1982, quando participava do ciclo de estudos organizado pela INTERCOM para debater as “tendências e as perspectivas” da pesquisa em comunicação no Brasil.

“... a pesquisa em folkcomunicação é, sempre, a pesquisa do que é dito numa metalinguagem (oral, gráfica, musical, icônica ou cinética), na qual as maneiras de expressar-se, como os tropos (metáforas e metonímias), os recursos de construção (elipses, pleonasmos, reticências, sínquises e anáforas) e as figuras de pensamento (à semelhança dos paradoxos, antíteses, eufemismos, preterições, alusões e antífrases da comunicação verbal) devem ser

rigorosamente examinadas como partes importantes na decodificação do discurso como um todo.” (Beltrão, Luiz – A Pesquisa em Folkcomunicação, In: Marques de Melo, José, org. – *Pesquisa em Comunicação no Brasil*, São Paulo, Cortez/Intercom, 1984, p. 75).

O fundador da disciplina alerta para o perigo de mimetização dos estudos folclóricos na pesquisa folkcomunicação;

“O encanto do folclore, o seu pitoresco, a sua cor, tudo quanto de curioso, desafiador e até esotérico que contém suas formas leva o pesquisador muitas vezes a cingir-se ao significado manifesto, estratificado da mensagem, à aceitação pura e simples do caráter tradicional de que se reveste. Escapa-lhe, desse modo, a possibilidade de interpretá-lo, de penetrar o sentido latente da manifestação folclórica, decodificando com mais rigor a mensagem...” (Beltrão, Luiz – A Pesquisa em Folkcomunicação, In: Marques de Melo, José, org. – *Pesquisa em Comunicação no Brasil*, São Paulo, Cortez/Intercom, 1984, p. 73).

Beltrão conclui, desafiando os jovens pesquisadores a conceber métodos apropriados para desvendar a natureza desses fenômenos, com o firme propósito de produzir conhecimento capaz de contribuir para superar a condição de marginalizada em que se encontram os agentes folkcomunicaçãois.

“Trata-se, a meu ver, de uma tarefa que estamos, professores, pesquisadores e profissionais da comunicação, perfeitamente conscientes e em concordância com o momento histórico que vivemos: o de aprender e difundir o pensamento e as aspirações das parcelas marginalizadas, sem acesso aos poderosos meios de comunicação a serviço das elites privilegiadas. O discurso dessas camadas não deve continuar a ser considerado como fato curioso e colorido, como expressão do seu conformismo e de sua vida cultural vegetativa. Penso que devemos procurar nele as raízes da sua participação necessária em um programa desenvolvimentista que a todos beneficie e não de um processo que lhes é imposto de cima...” (Beltrão, Luiz – A Pesquisa em Folkcomunicação, In: Marques de Melo, José, org. – *Pesquisa em Comunicação no Brasil*, São Paulo, Cortez/Intercom, 1984, p. 73).

Fontes bibliográficas:

Benjamin, Roberto, org.

1998 – *Itinerário de Luiz Beltrão*, Recife, Unicap/AIP

Marques de Melo, José

2007 – *Historia do Pensamento Comunicacional*, 2ª. ed., São Paulo, Paulus

2004 – *A esfinge midiática*, São Paulo, Paulus

1998 – *Teoria da Comunicação: paradigmas latino-americanos*, Petrópolis, Vozes

Marques de Melo, José, org.

1984 – *Pesquisa em Comunicação no Brasil*, São Paulo, Cortez/Intercom

MiniCV.2007 JMM

José Marques de Melo é professor emérito da USP - Universidade de São Paulo (Brasil) e diretor da Cátedra UNESCO de Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo. Doutor (1973), Livre Docente (1983) e Catedrático (1987) da Escola de Comunicações e Artes da USP, atuou como professor visitante na Universidad Autónoma de Barcelona, Espanha (1991), University of Texas, Estados Unidos (1996), Universidad Nacional Autónoma de Mexico (1999). Orientou mais de uma centena de teses de Doutorado e dissertações de Mestrado. Autor de duas centenas de artigos em periódicos científicos do país e do exterior, escreveu vários livros sobre jornalismo e comunicação, destacando-se, entre os mais recentes: *História Social da Imprensa* (2003), *História do Pensamento Comunicacional* (2003), *A esfinge midiática* (2004), *Midiologia para Iniciantes* (2005), *Comunicação Eclesial* (2005), *Imprensa Brasileira*, 2 vols. (2005-2006), *Teoria do Jornalismo* (2006). Foi Presidente da ALAIC – Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (1989-1992), Vice-Presidente da IAMCR – International Association for Media and Communication Research (1992-1996), Presidente da LUSOCOM - Federação Lusófona de Ciências da Comunicação (1998-2000) e Presidente da IBERCOM - Asociación Iberoamericana de la Comunicación (2000-2004). Preside atualmente a INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (2005-2008).