

Folkcomunicação e mídia radical alternativa: uma reflexão sobre as teorias de Luiz Beltrão e John Downing

Gleudson Wirllen Bezerra GOMES¹

Resumo: Este artigo propõe-se a fazer uma reflexão sobre a Teoria da Folkcomunicação do brasileiro Luiz Beltrão e os estudos sobre mídia radical alternativa do inglês John Downing. Analisando as duas teorias, que tomam o folclore/cultura popular como forma de comunicação dos marginalizados/oprimidos constituída a partir da interpretação das mensagens dos meios de comunicação de massa e/ou o processo de inserção da cultura popular/folclore nestes meios, acreditamos haver evidentes semelhanças entre elas. Como um dos “resultados” da análise proposta, pode-se observar a pertinência e atualidade dos estudos de Beltrão no Brasil frente às pesquisas de Downing em âmbito internacional. Com esta reflexão pretendemos contribuir para as discussões e pesquisas nessas duas áreas no Brasil.

Palavras-chave: folkcomunicação; mídia radical alternativa; Luiz Beltrão; John Downing.

Abstract: This paper proposes to make a reflection on the theory of folk communication Luiz Beltran and media studies radical alternative English John Downing. Analyzing the two theories, which take the folklore / popular culture as a means of communication of the marginalized / oppressed formed from the interpretation of the messages of mass media and / or the insertion process of popular culture / folklore in these media, we believe there obvious similarities between them. As one of the "results" of the proposed analysis, we can see the relevance and timeliness of the studies in Brazil ahead of Beltran at Downing research internationally. With this in mind we intend to contribute to discussions and research in these two areas in Brazil.

Keywords: folk communication; radical alternative media, Luis Beltran, John Downing.

1.Introdução

A intenção de refletir sobre a Teoria da Folkcomunicação criada pelo brasileiro Luiz Beltrão, no ano de 1967, e a teoria da mídia radical alternativa formulada pelo inglês John Downing, em 1984, surgiu durante o Congresso Brasileiro de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM), realizado no início de setembro deste ano em Caxias do Sul/RS. Na ocasião, apresentamos um artigo sob o título “Cordão de Bicho Bacu: cultura popular como mídia radical alternativa na Amazônia” no Grupo de

¹ Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, pela Faculdade de Estudos Avançados do Pará (FEAPA). E-mail: gleudson.gomes67@gmail.com

Pesquisa Folkcomunicação, da Divisão Temática Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior.

O referido artigo, constituído com os resultados da pesquisa realizada para o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), trata do Cordão de Bicho Bacu, uma expressão da cultura popular da Amazônia paraense, como uma mídia radical alternativa. O argumento era de que em suas apresentações de rua, por meio das letras de músicas, indumentárias, dança e elementos do cotidiano dos pescadores representados, o Cordão expunha, de forma lúdica, uma visão crítico-reflexiva da região amazônica, a partir da realidade ribeirinha (GOMES, 2010, p. 01).

Na ocasião, porém, desconhecíamos a teoria beltraniana da folkcomunicação, apesar de inscrever o artigo no GP que trata desta temática. Ao acompanhar as apresentações de trabalhos dos outros congressistas no Grupo e no Núcleo de Pesquisa Folkcomunicação, e as posteriores discussões surtidas delas, passamos a perceber semelhanças entre as idéias e pesquisas de Beltrão e as de Downing. E é nesse sentido que se propõe esta reflexão. Utilizando como metodologia a revisão bibliográfica, buscamos analisar as duas teorias, comparando-as e, por vezes, encarando-as como semelhantes, senão complementares.

Carece esclarecer, no entanto, que tal proposta, apesar de nova, não é inédita. Marques de Melo (2008), ao tratar da “história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação”, já vislumbrava a aproximação do pensamento destes dois teóricos da comunicação. De acordo com Marques de Melo (2008), quando Downing esteve participando do Congresso Brasileiro de Comunicação em Belo Horizonte/MG, em 2003, provocou “impacto” nos jovens comunicólogos presentes, ao expor seus estudos sobre mídia radical alternativa. Principalmente, quando eles perceberam a semelhança das teorias do inglês com o pensamento beltraniano.

Imediatamente, vários comunicólogos da nova geração se davam conta de que as hipóteses construídas por Downing eram semelhantes àquelas propostas pelo brasileiro Luiz Beltrão, a mais de meio século. Ambos foram capazes de perceber que as tradições comunicacionais das populações marginalizadas sobrevivem às inovações tecnológicas, demonstrando capacidade de resistência cultural, no tempo e no espaço. (MARQUES DE MELO, 2008, p. 57-58).

Marques de Melo ressalta ainda que este episódio, apesar de demonstrar o “complexo do colonizado” do qual sofre a classe hegemônica brasileira quando

desconsidera as peculiaridades (culturais) nacionais; por outro lado, serviu também para revelar a pertinência teórica e metodológica, além da atualidade das pesquisas de Beltrão:

Desde aquele episódio, a teoria folkcomunicacional de Luiz Beltrão, cuja originalidade fora reconhecida internacionalmente por autoridades intelectuais do porte de Umberto Eco, vem ganhando novo alento, suscitando releituras, revisões e redescobertas, tanto na academia quanto na periferia. (MARQUES DE MELO, 2008, p. 58)

No que tange à viabilidade prática da aproximação entre as duas teorias aqui referidas, podemos encontrar outros sinais de similaridade ou complementação entre os estudos sobre folkcomunicação e mídia radical alternativa na obra de Trigueiro (2008). Ao analisar o processo folkcomunicacional existente entre as mensagens emitidas pelos meios de comunicação de massa, com destaque para a televisão, e sua mediação/recodificação pelos comunicadores populares (folkcomunicadores), o pesquisador paraibano discute a noção de audiência (TRIGUEIRO, 2008, p. 21) e conceitua o “ativismo midiático” com base nas formulações de Downing sobre estas duas “práticas”. Para Trigueiro:

o ativista midiático é um agente transformativo que pode ser conservador ou progressista, que necessita de algumas formas de organizações formais ou informais para operar a disseminação de suas idéias nas redes de comunicação cotidianas, na mídia, nas instituições sociais (família, religiões, artes, sindicatos, partidos políticos, escolas). (TRIGUEIRO, 2008, p. 24)

Como pode-se inferir com base no exposto acima, a proposta reflexiva deste artigo já vem sendo constituída ao longo dos estudos sobre folkcomunicação no Brasil, porém de forma ainda tímida e/ou não sistematizada. Nesse sentido, é na esteira do “novo alento” do qual fala Marques de Melo que se propõe esta discussão, intentando contribuir com os estudos sobre folkcomunicação e mídia radical alternativa no Brasil, dois temas recentes ou ainda pouco explorados por grande parte do meio acadêmico nacional.

2. Apontamentos sobre a Teoria da Folkcomunicação

Antes de tratar diretamente da teoria fundada por Luiz Beltrão na década de 60, carece frisar a escassez de referências bibliográficas sobre esta temática, tanto de títulos

publicados quanto de edições disponíveis, como já notado por Fernandes (2010, p. 02): “a principal dificuldade em estudar a Folkcomunicação hoje é o acesso a obras basilares, não só de Beltrão, mas também dos seus atualizadores como José Marques de Melo, Roberto Benjamin, Severino Lucena Filho, Osvaldo Trigueiro e Cristina Schmidt”. Marques de Melo também atenta para esta questão:

Cresce o interesse na nova geração acadêmica pela folkcomunicação. Entretanto, os livros onde estão definidos os pressupostos teóricos e metodológicos dessa linha de pesquisa (...) se esgotaram. Eles nem sequer estão disponíveis nas bibliotecas das novas universidades brasileiras, dificultando assim o acesso dos novos leitores, ávidos de conhecimento. (MARQUES DE MELO, 2008, p. 49)

A Teoria da Folkcomunicação foi iniciada com a tese de doutoramento apresentada por Luiz Beltrão (1918-1986) no ano de 1967, na Universidade de Brasília. Porém, a base para esta formulação teórica já havia sido lançada pelo próprio Beltrão dois anos antes, em 1965, em um artigo publicado na primeira edição da revista *Comunicação & Problemas*. No artigo, intitulado “O ex-voto como veículo jornalístico”, o pesquisador observa o ex-voto² como “um veículo da linguagem popular, de seus sentimentos” (BELTRÃO, 2004, p. 123), ressaltando que:

(...) é tempo de não continuarmos a apreciar nessas manifestações folclóricas apenas os seus aspectos artísticos, a sua finalidade diversional, mas procurarmos entendê-las como a linguagem do povo, a expressão do seu pensar e do seu sentir tantas e tantas vezes discordante e mesmo oposta ao pensar e ao sentir das classes oficiais e dirigentes. (BELTRÃO, 2004, p. 118)

Nesse sentido, o pesquisador vê no folclore “um dos grandes canais de comunicação coletiva” (BELTRÃO, 2004, p. 117), encarando as “conversas de boca de noite” como verdadeiras práticas comunicativas no cotidiano. Beltrão (2004, p. 47) define a folkcomunicação como sendo “o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, idéias e atitudes da massa, por intermédio de agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore”.

Um dos atualizadores da teoria beltraniana, Luyten também oferece uma definição deste conceito:

Em termos gerais, pode-se dizer que folkcomunicação é comunicação em nível popular. Por popular deve-se entender tudo o que se refere ao povo, aquele que não se utiliza dos meios formais de comunicação.

² Mais conhecido como milagre ou promessa, o ex-voto refere-se a objetos oferecidos aos santos como forma de agradecimento por graças alcançadas.

Mais precisamente: Folkcomunicação é a comunicação através do folclore. (LUYTEN apud Marques de Melo, 2008, p. 14).

Diferente dos folcloristas ortodoxos da época, que entendiam as manifestações folclóricas apenas como “meros ‘desenhados populares’, estratificações de ocorrências e sentimentos idos e vividos”, Beltrão pensa as manifestações do folclore não como a simples manutenção de tradições, revividas ao longo do tempo e espaço por meio da oralidade e da perseverança das classes oprimidas. Para ele, “na verdade, tais desenhados são desabafos. Explosões e não estratificações. Revestem-se de atualidade e não de memória” (BELTRÃO, 2004, p. 45). Nessa perspectiva, o pesquisador aborda um amplo leque de objetos de estudos de cunho popular, desde as “trocas de impressões provocada pelas notícias trazidas pelo chofer de caminhão, pelo representante comercial ou pelo ‘bicheiro’”, até os ex-votos, a literatura de cordel, entre outras.

Revisando o ideário teórico de Beltrão, Marques de Melo estabelece como ele utiliza o folclore, aliando-o aos processos comunicacionais massivos, para conceituar a folkcomunicação:

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.

Originalmente Luis Beltrão a entendia como *processo de intermediação entre a cultura das elites* (erudita ou massiva) *e a cultura das classes trabalhadoras* (rurais ou urbanas). (MARQUES DE MELO, 2008, p. 17-18. Grifos do autor)

Porém, Hohlfeldt (2002), outro atualizador da teoria beltraniana, chama a atenção para que não se confunda os objetos estudados por Beltrão, com isso já atualizando seu pensamento:

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. (HOHLFELDT, 2002, p. 02).

Para formular o processo de intermediação do qual trata Marques de Melo, Beltrão fundamenta-se nas pesquisas de opinião pública do austríaco naturalizado norte-americano Paul Felix Lazarsfeld. Este, opondo-se à teoria hipodérmica, visualizava na

audiência da comunicação massiva a atuação de líderes de opinião, mediadores de informações entre os meios industrializados e as classes populares. Esta formulação de Lazarsfeld é conhecida como o paradigma do *two steps flow of communications*. Dessa forma, Beltrão entende que

A correlação entre os dois sistemas [de comunicação massiva e popular] (...) surge, como principal fonte de informação, o comunicador de massa – figura básica do processo no sistema de comunicação social. A sua mensagem encontra, disseminado na audiência dispersa, um receptor especial – o comunicador de folk, o líder de opinião dos grupos sociais aos quais escapam a linguagem e o significado mais profundo da informação transmitida. (BELTRÃO, 2004, p. 79)

Corniani (2005), procurando definir a Folkcomunicação, explica o processo folkcomunicacional concebido por Beltrão, a partir do “fluxo de comunicação em dois estágios”:

Uma fonte transmite uma mensagem através de um canal, que no processo é representado pelos meios de comunicação de massa, chegando até uma audiência, onde estão contidos os líderes de opinião, estes intitulados por Beltrão como líderes-comunicadores. Em um processo comunicacional padrão (fonte-mensagem-canal-receptor) o fluxo pararia por aqui. Mas no processo folkcomunicacional, neste ponto inicia-se um novo ciclo no fluxo da mensagem. Os líderes se tornam comunicadores e transmitem uma mensagem através de um canal folk, chegando então ao que Beltrão intitulou de audiência folk. (CORNIANI, 2005, p. 02)

Nesse contexto, Beltrão vai conceber o “líder agente-comunicador folk” e a “audiência folk”. Sendo o primeiro responsável pela decodificação das mensagens transmitidas pelos meios de comunicação de massa, adaptando as informações ao contexto social no qual está inserido e a segunda a receptora destas decodificações, porém sem o caráter de passividade por vezes atribuído à audiência massiva. Este agente-comunicador folk é reformulado por Trigueiro (2008), pensado agora como ativista midiático, responsável tanto pela tradução das mensagens massivas como pela inserção da comunicação folk na indústria cultural.

O próprio Beltrão, entretanto, compreende a complexidade desse processo de comunicação engendrado pelos comunicadores folk ao afirmar que este intercâmbio comunicacional “não se trata apenas de uma difusão em dois estágios, dos meios por intermédio dos líderes, para o público sob a sua influência, mas, antes, em **múltiplos estágios**, compreendendo meios, líderes com seu grupo mais íntimo, líderes com outros

líderes e, afinal, com a grande audiência de folk” (BELTRÃO, 2004, p.79. Grifo do autor).

A audiência beltraniana compõe-se de três grandes grupos marginalizados³: os grupos rurais, os urbanos e os culturalmente marginalizados. O primeiro caracteriza-se pelo distanciamento geográfico, a miséria e são ausentes de educação formal. O segundo, refere-se às classes subalternas, suburbanas nas grandes metrópoles. Já o último grupo, ainda subdivide-se em messiânico (líderes religiosos), político-ativistas (militantes políticos) e erótico-pornográfico (fora dos padrões morais, como os homossexuais). Para Beltrão:

Em qualquer desses grupos sociais minoritários observa-se, como princípio determinante, a aspiração coletiva a uma vida livre de sofrimentos, angústias, injustiças e opressões e/ou de pleno gozo das riquezas e prazeres que a civilização proporciona a uma minoria privilegiada. (BELTRÃO, 1980, p. 104)

Ao longo dos anos, a teoria de Beltrão foi ganhando novo fôlego na academia, sendo atualizada e reformulada. Marques de Melo (2008) destaca as contribuições de Joseph Luyten e evidencia a sua concepção de folkmidia. Nela amplia-se a percepção dos processos folkcomunicacionais, não mais considerados apenas a partir da tradução das mensagens massivas pelos comunicadores folk como previam os estudos fundacionais, mas, também, como a apropriação da cultura popular pela indústria cultural, inclusive o turismo.

Além dos já referidos pesquisadores Osvaldo Trigueiro e Antonio Hohlfeldt, há outros estudiosos da área como o próprio Marques de Melo, Cristina Schmidt, Sebastião Breguez, Roberto Benjamin, entre outros. De acordo com Benjamin:

Os continuadores de Luiz Beltrão procuram expandir a conceituação e estabelecer a relação entre as manifestações da cultura popular e a comunicação de massa, incluindo em seus estudos a mediação realizada pelas manifestações populares na recepção da comunicação de massa, a apropriação da tradição popular pelos *mass media* e a apropriação pela cultura popular de aspectos da cultura de massa. (BENJAMIN, 2008, p. 05).

No campo organizacional, a Teoria da Folkcomunicação de Luiz Beltrão também ganhou espaço, como com a criação da Rede Brasileira de Folkcomunicação (Rede Folkcom), realizando conferências desde 1998 e “expandindo a proposta da obra

³ Por marginalizados Beltrão entende aqueles excluídos tanto do sistema político como dos meios de comunicação de massa.

fundadora”, como bem cunhou Benjamin. Em âmbito latino-americano, a folkcomunicação é discutida nos congressos da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), dentro do Grupo de Estudios de Folk-Comunicación, coordenado por Roberto Benjamin. Além disso, há o Núcleo de Pesquisa Folkcomunicação, integrante dos congressos da INTERCOM e a Revista Internacional de Folkcomunicação, ambos voltados para as discussões e difusão desta área de pesquisa.

3. Para uma compreensão da mídia radical alternativa

As pesquisas sobre mídia radical alternativa, desenvolvidas pelo inglês John Downing (2004), ganham publicação pela primeira vez em 1984, nos Estados Unidos, como afirma o próprio autor (2004, p. 18). No Brasil, somente em 2002 o livro “Mídia radical” foi lançado pela editora Senac (SP), sendo reeditado em 2004. Este é um dos motivos pelo qual as pesquisas sobre mídia radical alternativa são recentes no meio acadêmico brasileiro, como atesta Gomes (2010, p. 03): “A dificuldade de acesso a fontes, arquivos e uma bibliografia não tão ampla sobre o tema também são apontados como fatores que dificultam as pesquisas na área”.

O próprio Downing (2004) observa o pouco interesse no âmbito internacional quanto aos estudos sobre este tipo de mídia:

A profunda desigualdade entre as abordagens correntes aos meios de comunicação se deve precisamente à recusa em se levar a sério a persistência histórica e a disseminação geográfica da mídia radical alternativa. Embora o alcance dessa mídia, na aurora do século XIX, seja mais amplo do que nunca – exigindo, por isso mesmo, nossa atenção analítica – esses meios de comunicação não são, de forma alguma, recentes na cultura e na política. A questão é que só há pouco tempo eles entraram na pauta da teoria e dos estudos oficiais, que têm uma predileção pelo que parece óbvio e fácil de verificar. (DOWNING, 2004, p. 21)

Já neste aspecto as teorias dos dois autores aqui referidas se assemelham. Ambas ainda são pouco discutidas pelos estudiosos da comunicação no Brasil, apesar de pouco a pouco adentrarem cada vez mais no universo científico da área. No entanto, os estudos de Beltrão parecem bem mais estabelecidos.

Por outro lado, a teoria de Downing também tem encontrado espaço nas discussões comunicacionais brasileiras. Exemplos desta inserção são assinalados por

Gomes e Barbosa (2010, p. 33), ao citarem a tese de doutoramento de Célia Amorim, defendida em 2008 na PUC/SP, sobre o jornal alternativo paraense do sociólogo e jornalista Lúcio Flávio Pinto, intitulada “Jornal Pessoal: uma metalinguagem jornalística na Amazônia”; um TCC sobre o mesmo periódico, com o título “Jornal Pessoal: uma contribuição à democratização da comunicação na Amazônia”, apresentado pelas então discentes Adriana Lira e Maria Paula Ramos na Faculdade de Estudos Avançados do Pará (FEAPA); os estudos “Mídia Alternativa para além da contra informação” (2007), de Henrique Moreira Mazetti, da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), e “História em Quadrinhos como mídia radical alternativa: o caso ‘Modotti – uma mulher do século XXI’ de Angel de la Calle” (2006), da Universidade Metodista de São Paulo.

Além das pesquisas supracitadas, há, ainda, o Grupo de Trabalho Mídia Alternativa, componente do Congresso Nacional de História da Mídia da Rede Alfredo de Carvalho (Alcar) desde o ano de 2005, ligada à programação da Intercom.

Em uma definição genérica da mídia radical alternativa, Downing (2004, p. 22) a concebe como sendo uma “mídia – em geral de pequena escala e sob muitas formas diferentes – que expressa uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas”.

Com isso, o pesquisador expande o conceito de mídia, considerando como tal experiências de comunicação contra-hegemônica em diversos níveis, como *fanzines*, buttons de lapela, grafites, vestuário (concebido como “mídias têxteis”), fotografias, jornais de bairro, teatro de rua, dança e rádios comunitárias, dentre outras. As mídias radicais, assim, são meios

tipicamente de pequena escala, dispõem em geral de poucos fundos, às vezes não são amplamente conhecidos, de tempo em tempo tornam-se alvo da raiva, do medo ou do ridículo de alguma autoridade, ou mesmo do público em geral, ou ambos. Às vezes têm vida curta, como uma espécie de epifenômeno, outras, perduram por muitas décadas. Às vezes, são atraentes; às vezes, entediantes e repletos de jargões; às vezes, alarmantes; e, às vezes, dotados de um humor inteligente. (DOWNING, 2004, p. 29)

A partir desta definição, Downing (2004) concebe a existência das mídias radicais alternativas atrelando a atividade delas de forma intrínseca às culturas populares:

A mídia radical alternativa constitui a forma mais atuante da audiência ativa e expressa as tendências de oposição, abertas e veladas, nas culturas populares. (...) as várias formas de mídia radical alternativa são, de maneira quase óbvia, formas de expressão das culturas populares e de oposição. Com efeito, (...) não faz muito sentido estabelecer uma divisão entre a expressão da mídia radical e outras formas de expressão cultural de oposição. (DOWNING, 2004, p. 33-34)

Se bem observado, o que Downing diz na citação acima já havia sido pensado por Beltrão anos antes. Senão vejamos: substituindo os termos “audiência ativa” e “cultura popular” por “audiência folk” e “folclore”, veremos a proximidade, senão semelhança, entre as teorias dos dois autores. Carece observar que a audiência a qual refere-se Downing é a mesma de Beltrão, na medida em que é aquela que fará a mediação entre as mensagens da comunicação de massa e produzirá suas próprias interpretações, aproximando-se ao conceito de líder agente-comunicador folk beltraniano. Assim, para Downing a audiência ativa é “uma audiência que elabora e molda os produtos da mídia, e não apenas absorve passivamente suas mensagens. As iniciativas populares implícitas na cultura popular e a questão inevitável da recepção do texto da mídia encontram, ambas, apoio nesse conceito” (DOWNING, 2004, p. 38). Aqui observa-se a inspiração de Trigueiro (2008) para as suas concepções de audiência e ativismo midiático, como referido anteriormente.

De forma específica, Downing elabora o conceito de audiência ativa da seguinte forma:

o termo audiências (no plural) força nossa atenção às vezes relutante, a voltar-se para os efetivos usuários da mídia. Obriga-nos a examinar os verdadeiros fluxos da influência da mídia, inclusive da mídia radical, e não simplesmente especular sobre os fluxos esperados. Se as audiências são redefinidas como usuários da mídia em vez de consumidores, como ativistas em vez de acrílicas, como variadas em vez de homogêneas, então o termo pode se libertar de grande parte de sua bagagem puramente mercadológica.

Nesse processo, a linha que separa os usuários de mídia ativos dos produtores de mídia radical alternativa torna-se muito mais indistinta. Seria mais proveitoso imaginar uma espécie de escala ascendente em termos de complexidade logística, partindo da interpretação liberalizante dos textos da mídia convencional. (DOWNING, 2004, p. 40)

A “complexidade logística” de Downing lembra os “múltiplos estágios” de Beltrão, considerando-se a maneira como as audiências recebem, interpretam e “utilizam/atualizam” as mensagens em seu cotidiano, as pondo em andamento novamente através de meios folkcomunicacionais ou de mídias radicais alternativas. O

inglês também evidencia neste trecho sua atenção analítica no campo das mediações e isso torna-se mais perceptível quando ele procura conceituar a cultura popular em sua relação com a constituição das mídias radicais.

Para formular sua concepção de mídia radical alternativa, tendo como matriz as culturas populares, Downing utiliza os estudos de Martín Barbero como norte para sua compreensão da composição híbrida entre àquelas culturas e as ditas de massa e erudita. Nesse sentido, o pesquisador inglês procura distanciar-se do “dualismo simplista” da visão adorniana da cultura popular – esta posta pelo teórico alemão em contraposição à cultura de massa –, pois, para Downing, não existe cultura popular “pura”, podendo ela também ser elitista e carregar consigo uma gama de preconceitos. Desse modo, para Downing:

O termo *cultura popular*, então, concentra-se na matriz da mídia radical alternativa, que é relativamente independente da pauta dos poderes constituídos e, às vezes, se opõe a um ou mais elementos dessa pauta. Ao mesmo tempo, o termo serve para nos fazer lembrar que toda essa mídia é parte da cultura popular e da malha social como um todo e não se encontra isolada, de modo ordeiro, em um território político reservado e radical. Endemicamente falando, portanto, é um fenômeno misto, muitas vezes livre e radical em certos aspectos, mas não em outros. (DOWNING, 2004, p.39)

Mais uma vez sobressai-se, no interior da conceituação empenhada por Downing, a sua similaridade teórica e metodológica com os estudos engendrados por Beltrão. Ambos voltam-se para as formas de expressão cultural dos “marginalizados” ou “oprimidos” como meios de comunicação alternativos, criados de modo paralelo e em correlação com os meios industrializados, mas capazes de alardear suas insatisfações sociais de maneira “tantas vezes discordante e mesmo oposta ao pensar e ao sentir das classes oficiais e dirigentes” como afirma Beltrão, ou expressando “uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas”, na formulação de Downing.

Por oprimidos, os que fazem uso das mídias radicais alternativas para expressar seu descontentamento ante o *status quo*, Downing (2004, p. 53) compreende os que oferecem “resistência às múltiplas formas de opressão (...) por sexo; por raça, etnia e nacionalidade; por idade; por categorias profissionais”.

4. Considerações Finais

Com base na perspectiva lançada por esta reflexão, na qual procuramos analisar a Teoria da Folkcomunicação de Luiz Beltrão e os estudos sobre mídia radical alternativa do britânico John Downing, acreditamos ser possível vislumbrar aproximações entre estes autores, tanto no campo de suas teorias como no que se refere à suas metodologias.

Cabe, por fim, uma última observação quanto às concepções político ideológicas dos dois pesquisadores.

Na obra inicial de Beltrão sobre a Folkcomunicação, Marques de Melo (1980) aponta “algumas contradições e ambigüidades” atribuindo-as a “marcas de indefinição ideológica”. Tal indefinição teria sido suprida na obra “Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados” de 1980, “em que há um descortínio total da comunicação praticada nas comunidades operárias e camponesas e em certos núcleos gregários da classe média” (MARQUES DE MELO, 1980, p. 10).

A estas novas características da teoria beltraniana, Marques de Melo explica que há a influência dos contatos de Beltrão com as idéias do Socialismo, a partir de conversas com amigos declaradamente socialistas e comunistas e da observação das atividades culturais de países a época sob este regime ideológico.

Já Downing, dentre as várias influências teóricas buscadas para sustentar seus estudos, referenda suas formulações sobre a mídia radical alternativa ao “brincar com uma mazorca de conceitos retirados do anarquismo socialista e feminista, de Antonio Gramsci e de algumas outras fontes, que tratam dos estratagemas subversivos na vida cotidiana” (2004, p. 43).

Ou seja, nesta perspectiva, ambos os pesquisadores voltam seus esforços analíticos para o folclore ou cultura popular, caracterizando estas manifestações culturais do povo como formas de comunicação, para além de seu caráter lúdico ou tradicional.

A partir desta reflexão, acreditamos estar clara a semelhança entre as teorias destes dois autores, havendo, se muito, diferenças de nomenclaturas – Downing conceitua tais comunicações como mídia radical alternativa e Beltrão como folkcomunicação.

Como observa Marques de Melo (2008), porém, o que Downing apresenta aos brasileiros em Belo Horizonte no ano de 2003 (sendo que seus estudos consolidam-se em 1984), já havia sido pensado no Brasil por Luiz Beltrão em 1967. Este fato só

reafirma, uma vez mais, o pioneirismo de Beltrão no âmbito das pesquisas científicas na área da comunicação brasileira, senão internacional.

5.Referências Bibliográficas

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2004.

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

BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação: da proposta de Luiz Beltrão à contemporaneidade**. Trabalho publicada na Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación. AÑO V - NÚMERO 8-9 - ENERO - DICIEMBRE 2008. Disponível em http://www.alaic.net/portal/revista/r8-9/ccientifica_06.pdf. Acessado em 13 set. 2010.

CORNIANI, Fabio. **Afinal, o que é Folkcomunicação**. Trabalho apresentado no Encontro de Mídia Cidadã, São Bernardo do Campo, 2005. Disponível em: http://www2.metodista.br/unesco/agora/pmc_acervo_pingos_fabio.pdf. Acessado em: 20 set. 2010.

DOWNING, John D. H. **Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. 2ª edição. São Paulo: editora Senac, 2004.

FERNANDES, Guilherme Moreira. **Folkcomunicação e Estudos Culturais: em busca de aproximações**. Trabalho apresentado ao XXXIII Congresso Brasileiro de Estudos Interdisciplinares Comunicação (Intercom 2010) – Caxias do Sul (RS) – de 02 a 06.09.2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0738-1.pdf>. Acessado em: 22 set. 2010.

GOMES, Gleidson W. B. **Cordão de Bicho Bacu: cultura popular como mídia radical alternativa na Amazônia**. Trabalho apresentado ao XXXIII Congresso Brasileiro de Estudos Interdisciplinares Comunicação (Intercom 2010) – Caxias do Sul (RS) – de 02 a 06.09.2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1996-1.pdf>. Acessado em 19 set. 2010.

GOMES, Gleidson W. B.; BARBOSA, Yorranna S. O. **Da cultura popular à mídia radical alternativa: um estudo sobre o Cordão de Bicho Bacu**. Trabalho de Conclusão de Curso. FEAPA - PA, 2010.

HOHLFELDT, Antonio. **Novas tendências nas pesquisas da Folkcomunicação:** pesquisas acadêmicas se aproximam dos Estudos Culturais. Trabalho apresentado Núcleo de Pesquisas sobre Folkcomunicação, do XXV Congresso Brasileiro de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom 2002) – Salvador (BA) – de 01 a 05.09.2002. Disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista14/artigos%2014-1.htm>. Acessado em 25 set. 2010.

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

_____. “Introdução à Folkcomunicação”. In: **Folkcomunicação: teoria e metodologia.** São Bernardo do Campo: UESP, 2004. p. 11-24.

_____. “Prefácio”. In: **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados.** São Paulo: Cortez, 1980. p. 07-11.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **Folkcomunicação e ativismo midiático.** João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2008.