

ARTIGOS/ENSAIOS - ESPECIAL

**José Marques de Melo e os estudos científicos da
Folkcomunicação**

Maria Cristina Gobbi
Guilherme Moreira Fernandes



RIF Artigo/Ensaio

- ESPECIAL -

José Marques de Melo e os estudos científicos da Folkcomunicação¹

*Maria Cristina Gobbi²
Guilherme Moreira Fernandes³*

RESUMO

Este trabalho aponta algumas contribuições acadêmicas de José Marques de Melo para o estudo e a divulgação da Teoria da Folkcomunicação, desenvolvida por Luiz Beltrão, em 1967, em sua tese de doutorado. Marques de Melo, discípulo de Beltrão, é um dos nomes mais representativos no cenário internacional dos estudos científicos da comunicação. Dividido em três partes, esse texto abrange contribuições teóricas (a concepção e classificação dos gêneros, formatos e tipos da taxionomia da Folkcomunicação); diálogos com outros pensadores (McLuhan, Morin e Freire) e contribuições empíricas (a internet como ferramenta Folk). Ressaltamos que as contribuições de Marques de Melo são fundamentais para as novas gerações compreenderem a importância da Folkcomunicação e percebê-la como um complexo sistema comunicacional.

PALAVRAS-CHAVE

Folkcomunicação – Internet – América Latina – Luiz Beltrão – José Marques de Melo

José Marques de Melo and scientific studies about Folkcomunicacion

ABSTRACT

This paper aims some academic contributions of José Marques de Melo for the study and propagation of Folkcommunication Theory, developed by Luiz Beltrão, in 1967, in his PhD thesis. Marques de Melo, disciple of Beltrão, is one of the most representative names on the set of international scientific studies of communication. Divided in three parts, this text covers theoretical contributions (conception and classification of genders, formats and types of taxonomy of Folkcommunication); dialogues with other thinkers (McLuhan, Morin and Freire) and empirical contribution (internet as a Folk tool). We emphasize that the contributions of Marques de Melo are fundamentals for the new generations to understand the importance of the Folkcommunication and see it as a complex communicational system.

KEYWORDS

Folkcomunicacion – Internet – Latin American – Luiz Beltrão – José Marques de Melo

¹ Texto originalmente apresentado no GT 01 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación do XI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación – Alaic. Montevideo, Uruguay, mayo de 2012, ora revisado.

² Pós-Doutora pelo Prolam-USP (Universidade de São Paulo), Doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Vice-Coordenadora e Professora Permanente do Programa Pós-Graduação Televisão Digital e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unesp de Bauru. Coordenadora do Grupo de Pesquisa Pensamento Comunicacional Latino-Americano do CNPq. Diretora Secretária da Rede Folkcom. E-mail: mcgobbi@terra.com.br; mcgobbi@faac.unesp.br.

³ Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Diretor Administrativo da Rede Folkcom. E-mail: gui_facom@hotmail.com

Introdução

A Folkcomunicação sempre esteve presente nos estudos de José Marques de Melo, discípulo direto de Luiz Beltrão, criador da disciplina. Esse aprendizado com o mestre Beltrão começou cedo, quando Marques de Melo iniciou o curso de Jornalismo em 1961, na cidade do Recife, na Universidade Católica de Pernambuco (Unicap), onde Beltrão era professor. Por essa época, o jovem estudante já despertava a atenção do mestre. Em 1964, Beltrão convida Marques de Melo - que então frequentava o último ano do curso de jornalismo - para atuar como monitor de sua cadeira na Universidade.

Marques de Melo passa o ano seguinte de sua formação em Jornalismo desenvolvendo atividade no Instituto de Ciências da Informação (Icinform), criado por Luiz Beltrão em 1965 na Unicap, quando então surge a possibilidade de participar de um curso de pós-graduação. O convite feito pelo professor Beltrão é aceito por Marques de Melo, que buscava aperfeiçoamento para as novas atividades que realizava no Instituto.

Em 1967, já morando em São Paulo, Marques de Melo funda na Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero, vinculada então à Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, o Centro de Pesquisas em Comunicação, responsável pelo desenvolvimento de um conjunto de estudos sobre foto e telenovelas, quadrinhos, radiodifusão, imprensa de imigrantes e outros temas, até então minimizados pela academia. Eram os primeiros sinais dos ensinamentos de Beltrão e das múltiplas facetas que podem ser descortinadas pelos estudos da Folkcomunicação. O interesse de Marques de Melo por essa linha de pesquisa não parou mais.

Em seu primeiro livro *Comunicação Social: teoria e pesquisa* (1970) o professor Marques de Melo destaca o sistema da Folkcomunicação e elenca temas para formar a “Teoria Brasileira da Folkcomunicação”. Neste livro de Marques de Melo há uma ampliação do conceito de Folkcomunicação de Luiz Beltrão, uma vez que a teoria da Folkcomunicação, descrita em sua tese de doutoramento, estava essencialmente ligada ao Jornalismo.

Em 1971, na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, organiza o volume *Folkcomunicação*. O sumário evidencia 11 textos e pesquisadores que tratavam do assunto; O Ex-voto como veículo Jornalístico, de Luiz Beltrão; Carta sobre o Ex-Voto de Luís da Câmara Cascudo; A arte Popular no Brasil, de Ariano Suassuna; Arte de Formação e Arte de Informação, de Clarival de Prado Valadares; Notas sobre a Xilogravura

Popular, de Roberto Pontual; Música Popular Religiosa, de José Maria Tavares de Andrade; Uma Sociologia de Rótulos de Cigarros, de Mauro Mota; Filosofia dos Para-Choques, de Mauro de Almeida; Cem Ditados Rurais Paulistas, de Hernani Donato; Papai Noel Supliciado, de Claude Lévi-Strauss e o primeiro, de José Marques de Melo, que tem como título “Folkcomunicação”. Nesse texto Marques informa que o material foi transcrito de *A Gazeta*, de 31 de agosto de 1968.



Comunicação social: teoria e pesquisa. Petrópolis: Vozes, 1970 (teve 6 edições).



Folkcomunicação. Série Comunicações. Editado pela ECA-USP, 1971

Fonte: Acervo pessoal. Capa dos livros citados.

Posteriormente vários outros materiais, entre textos, coletâneas, livros, eventos, seminários tiveram a presença do estudioso e divulgador dessa teoria brasileira. Mas foi em 2008, com o lançamento do livro paradigmático *Mídia e Cultura Popular: história, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação*, que Marques de Melo sistematizou em um volume conceitos básicos e atualidades importantes da teoria.



Mídia e Cultura Popular: história, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação. Ed. Paulus, 2008

Fonte: Acervo pessoal.

As contribuições de José Marques de Melo não são só teóricas. Aliando a teoria a aplicabilidade dos conceitos defendidos originalmente por Beltrão, o professor vem divulgando e estimulando a nova geração, não somente para o conhecimento da primeira “Teoria Brasileira da Comunicação”, mas para a ampliação e atualização dos estudos originais realizados por Beltrão.

É por estímulo do professor Marques de Melo que a Folkcomunicação está presente em importantes congressos de Comunicação, através de conferências, grupos de trabalhos, palestras, cursos, oficinas, em entidades representativas da área, como: Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), Alaic (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación), ASSIbercom (Associação Ibero-Americana de Comunicação), Lusocom (Federação das Associações Lusófonas de Ciências da Comunicação), Confibercom (Confederação Ibero-Americana das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação) e Socicom (Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação).

Marques de Melo também foi o responsável pela criação, em 1998, da Folkcom (Conferência Brasileira de Folkcomunicação), evento realizado inicialmente pela Cátedra UNESCO de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, que se encontra em 2013 em sua XVI edição. Em 2004, contribuiu para o desenvolvimento da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom⁴).

Para permitir um olhar mais direcionado para o avanço da teoria de Beltrão, sob a égide de Marques de Melo, esse trabalho está dividido em três partes: a primeira, Contribuições Teóricas, traz uma síntese sobre a concepção de gêneros e formatos da Folkcomunicação. Na parte II, estão os Diálogos da Folkcomunicação com os estudos de McLuhan, Morin e Freire, propostos por Marques de Melo. Por fim, a terceira parte está dedicada à pesquisa empírica realizada pelo professor destacando a internet como ferramenta da Folkcomunicação. O objeto deste texto é explicitar a importância dos estudos de Marques de Melo para o desenvolvimento e consolidação da Folkcomunicação como disciplina científica.

⁴ A Rede Folkcom existe informalmente desde 1998. Em 2002, no V Folkcom (Santos), foi eleita a primeira diretoria, encabeçada por Cristina Schmidt. Em 2004 a Rede Folkcom foi registrada em cartório como entidade científica.

Contribuições Teóricas: Gêneros e Formatos da Folkcomunicação

Luiz Beltrão (2001) ao realizar sua pesquisa para a tese de doutorado, defendida em 1967, dedicou-se aos estudos dos fenômenos da cultura popular que se configuram como veículos de informação e difusão de opinião, ligados ao folclore, apresentando o termo Folkcomunicação. Beltrão (2001) divide sua tese em duas partes. A primeira contém a fundamentação teórica sobre a nova teoria, já a segunda é formada pela práxis, onde traz aplicações dos conceitos defendidos por ele.

Em uma breve descrição do trabalho inicial, pode-se dizer que o pesquisador apresenta um estudo de comunicação no Brasil pré-cabralino (idioma tupi), depois no Brasil colonial (através dos jesuítas) e realiza uma síntese analítica da linguagem popular. Em seguida, Beltrão (2001) divide a pesquisas em dois gêneros: A Folkcomunicação Informativa e a Opinativa. A primeira é decomposta em: informação oral (contador, caixeiro-viajante e chofer de caminhão) e informação escrita (folhetos, almanaque, calendário e livro de sorte). Já a Folkcomunicação Opinativa é realizada através do resgate de algumas tradições e festas populares, como: a queima de Judas, serra dos velhos, carnaval, música popular (folclórica), mamulengo, bumba-meu-boi, artesanato e artes plásticas populares. Nesta fase de pesquisa de Luiz Beltrão, a Folkcomunicação estava fortemente ligada ao Jornalismo e os exemplos ligados à cultura nordestina.

Em 1980, Beltrão estabelece cinco gêneros para a pesquisa nessa área do conhecimento, a saber: Folkcomunicação Oral, Folkcomunicação Musical, Folkcomunicação Escrita, Folkcomunicação Icônica e Folkcomunicação Cinética – ampliando e leque da Folkcomunicação, não restringindo especificamente à prática jornalística.

Um pouco antes, dando continuidade aos seus estudos sobre Gênero da Comunicação, José Marques de Melo (1979), classifica os Gêneros da Folkcomunicação, partindo dos ideais de Umberto Eco, estabelecendo quatro categorias: Folkcomunicação Escrita, Oral, Icônica e Cinética. O professor, assim, justifica sua escolha,

Para a divisão do sistema de folkcomunicação, preferimos seguir o esquema proposto por Eco, cujo foco de atenção é a natureza do próprio código. Ao propor um esquema para a investigação semiológica da mensagem de televisão, o autor italiano estabelece a seguinte divisão entre os códigos: código lingüístico, código icônico e código sonoro. Seguindo a própria diretriz dessa classificação, preferíamos readequá-la para compreender uma atividade comunicacional mais ampla, como é a folkcomunicação, acrescentando o código cinético (movimento), e subdividindo o código

lingüístico em escrito e oral, para permitir uma conjunção entre esse último e código musical. (MARQUES DE MELO, 1979, p. 222).

Posteriormente, Marques de Melo (2008) amplia o conceito dos Gêneros da Folkcomunicação Escrita, passando a chamá-la de Folkcomunicação Visual. O pesquisador argumenta o caráter reducionista da “escrita”, que pode ser confundido com “manuscrito”. Assim, Marques de Melo explica que “o gênero primeiramente denominado de ‘Folkcomunicação Escrita’ passa a ser rotulado como ‘Folkcomunicação Visual’, incluindo não apenas as expressões ‘manuscritas’, mas também as ‘impressas’ e as ‘pictográficas’, todas captadas através da visão” (MARQUES DE MELO, 2008, p. 90).

Ao analisar (2008) a classificação proposta por Beltrão em 1980, Marques de Melo percebe uma dificuldade em separar a Folkcomunicação Oral da Musical, por isso, em sua redefinição, o pesquisador considera apenas a Folkcomunicação Oral que também contém as manifestações descritas por Beltrão (1980, p. 263-265), típicas da Folkcomunicação Musical. Por fim, os dois outros Gêneros (Icônica e Cinética) são comuns às duas classificações.

De acordo com Marques de Melo (2008, p. 89-90) a primeira noção para classificar a Folkcomunicação em gêneros, formatos e tipos partiu de uma conversa preliminar dele com Beltrão. Posteriormente (1979) o professor faz um esboço dos Gêneros Folkcomunicacionais ao propor o conteúdo programático da disciplina “Sistema de Comunicação”.

Beltrão, em 1980, ao indicar bibliografia para estudos de Folkcomunicação, também utilizou a divisão em gêneros⁵. Por fim, já nos anos 2000, Marques de Melo retoma essa divisão com o objetivo de construir um repertório taxionômico capaz de consolidar a Folkcomunicação como disciplina. Assim, para ser possível uma compreensão mais detalhada, abaixo está disponibilizada a classificação proposta por Marques de Melo, em seus gêneros, formatos e tipos.

a) Folkcomunicação Oral

A Folkcomunicação Oral é um gênero (forma de expressão determinada pela combinação de canal e código) da Folkcomunicação conceituado por José Marques de

⁵ O professor Joseph Luyten (1988) também propõe gêneros do sistema de comunicação popular, dividindo-os em: oral, escrita, gestual e plástica. Marques de Melo (2006 a, p. 146) pensa em cinco gêneros: oral, musical, gráfica, icônica e cinética. Classificação esta revista em seguida. A Folkcomunicação musical se funde com a oral e a Folkcomunicação gráfica passa a ser denominada Folkcomunicação visual.

Melo (1979, e atualizada em 2008). Nessa atualização, Marques de Melo (2008, p. 90) não percebe uma diferenciação acentuada entre Folkcomunicação Oral e a Musical pelo fato de ambas utilizarem o canal auditivo, assim, o pesquisador resolveu agrupá-las em uma só categoria que utiliza o código verbal e o musical para a expressão de ideias e opiniões.

Marques de Melo (2008), na sistematização da Folkcomunicação Oral, concebe dez formatos (estratégia de difusão simbólica determinada pela combinação de interações – emissor - e de motivações - receptor). O primeiro formato é o “canto” que comporta os seguintes tipos (variação estratégica determinada pelas opções simbólicas do emissor, bem como por fatores residuais ou aleatórios típicos da recepção): aboio (canto ou toada triste e monótona do vaqueiro guiando ou reunindo o gado), acalanto (canções de ninar e infantis), canto de bebida (menção ao hábito de beber ou louvor a bebida, entoado individual ou coletivamente), cantiga de mendigo (feitas para ridicularizar pessoas ou costumes de uma época), canto de trabalho (produzido por trabalhadores rurais fixos), coreto (canto e lugar de apresentações de bandas de música em praças públicas), embolada (canto, improvisado ou não, comum às praias e sertão do Brasil, tem a sextilha e o refrão típico como característica), pregão (produzido por trabalhadores ambulantes), toada (canto de melodia simples e monótona, texto sentimental ou brejeiro).

O segundo formato, de acordo com Marques de Melo (2008, p. 92) é a “música”, que compreende os seguintes tipos: baião (dança e canto popular executado ao som da viola), chimarrete (música de origem portuguesa, oriunda dos açorianos), chula (música de origem portuguesa), choro (música de caráter sentimental executado por flauta, violão, cavaquinho, clarinete, oficleide, bandolim, pistão e trombone), dobrado (composição orquestrada da marcha militar), lundu (dança de par solto de origem africana), moda de viola (expressão da música caipira) e samba de breque (subgênero do samba em que as músicas são intercaladas por paradas súbitas com partes faladas). Já a “prosa”, terceiro formato da folkcomunicação oral, tem os seguintes tipos: conto de fadas (narração falada ou escrita baseado em histórias fictícias), lenda (narrativas ficcionais envolvendo seres físicos e/ou sobrenaturais), saudação (ato ou efeito de saudar, cumprimentar ou homenagear pessoas) e sermão (discurso religioso, também utilizado para falas de caráter longo e enfadonho).

O “verso”, quarto formato pela classificação de Marques de Melo, compreende os tipos: cantoria (disputa poética entre cantadores do Nordeste brasileiro), glosa (composição poética do repentista que recebe um mote de origem, mais comumente em

dois versos de sete sílabas), parlenda (gênero infantil destinado a entreter ou acalmar crianças, em versos simples de rimas fáceis) e trova (composição literária formada por quatro versos setissílabos rimados e com sentido completo).

Enquanto o formato “colóquio” é composto pela conversa fiada (proposta de pessoas que não pretende cumpri-la) e pelo conchavo (acordo, ajuste); o “rumor” é formado pelo boato (notícia anônima que corre publicamente) e pela fofoca (ato de meter-se na vida alheia difundindo informações). Já a “tagarelice” contém o bordão (expressão comumente usada por alguém em uma determinada situação), a gíria (linguagem típica de um determinado grupo social) e o palavrão (palavra obscena ou grosseira).

O formato “zombaria” contém a anedota (contos rápidos de situações envolvendo personagens reais ou fictícios de fundo curioso ou divertido) e o apelido (fórmulas usadas para se designar de modo especial a algumas pessoas ou coisas). Enquanto o “passatempo” é dividido nos seguintes tipos: adivinhação (enigmas propostos à decifração que se iniciam com a frase ‘o que é? o que é?’), charada (enigma para cuja solução se recompõe uma palavra, partindo de elementos dela ou de sílabas, que tenha um significado determinado) e provérbio (adágios máximos, ditos populares, aproximação e/ou confronto entre coisas e ideias que se assemelham no todo ou em parte).

Por fim, a “reza” tem os seguintes tipos: bendito (reza cantada que se inicia com a louvação ‘bendito’, um canto religioso com que são acompanhadas as precisões e visitas a santuários), incelência (canto cerimonial entoado coletivamente em velórios) e ladainha (oração formulada por uma série de evocações curtas e respostas repetitivas).

b) Folkcomunicação Visual

Marques de Melo (2008) na sistematização da Folkcomunicação Visual concebe quatro formatos. O primeiro, o “escrito”, é manifestado pelos tipos: abaixo-assinado (documento particular assinado por várias pessoas e que, em geral, contém reivindicação, pedido, manifestação de protesto ou de solidariedade), carta anônima (escrita a próprio punho, digitada ou com recortes de jornais ou revistas, sem a assinatura do emissor), carta devota (carta pedindo favores e graças endereçados a santuários e capelas), correio sentimental (cartas destinadas a pessoas amadas, recorrente em festas populares, como a junina), corrente (mensagem em cópia que se propõem a cobrir, em progressão geométrica, um número cada vez maior de pessoas), livro de sorte (editados para

entretenimento em épocas festivas), oração milagrosa (oração realizada para a cura de enfermidade ou algum outro fim específico), panfleto (folhas avulsas distribuídas nas ruas), santinho de propaganda (pequeno retângulo de papel que traz a foto e o número do candidato político), volantes publicitários (folhas avulsas contendo mensagens comerciais ou ideológicas) e xilogravura popular (gravura em madeira).

Por sua vez, o segundo formato é o “impresso” que abarca os seguintes tipos: almanaque de cordel (publicações anuais editados por um professor ou amador de astrologia e ciências ocultas, de poucas páginas, mas de denso conteúdo em informações do maior interesse para a sua audiência), almanaque de farmácia (produto similar ao almanaque de cordel, contém informações de festas móveis e fixas, calendário, horóscopo e entretenimento), graça alcançada (manifestação enviada a um santuário ou capela, também pode ser manifestada através do ex-voto), literatura de cordel (romanceiro popular nordestino exposto à venda em cordel (cordão) em feiras e mercados), literatura mediúnica (livros escritos através da psicografia de um médium, nem todos são considerados como livros espíritas), jornal mural (técnica rudimentar de jornalismo, embora em crescente utilização, sobretudo como forma de comunicação interna de empresas e instituições), pichação de parede (inscrições, pinturas e desenhos) e pasquim em verso (sátiras compostas por autor anônimo, de acontecimentos da atualidade).

O terceiro formato definido por Marques de Melo (2008) é o “mural” que pode conter os seguintes tipos: cartaz (meio de difusão de informação, geralmente fixado em lugares de grande concentração), folhinha (usada como calendário, pode contar dias de santos e das para o plantio), faixa (pena tira com mensagens de saudação ou de repúdio), grafito de banheiro/latrina (inscrições, pinturas ou desenhos em banheiros).

Por fim, o formato “pictográfico” abarca as formas de: adesivo (plástico autocolante com dizeres populares), camiseta (geralmente com imagens de santos ou frases humorísticas de duplo sentido), epitáfio (inscrição tumular), flâmula (bandeirola estreita e pontiaguda), legenda de caminhão (frases de pára-choques de caminhão, dizeres curtos, geralmente de duplos sentidos e humorísticos), pintura mediúnica (manifestação espiritual de médiuns através das mãos ou dos pés) e tatuagem (desenhos ou figuras feitos na epiderme da pessoa).

c) Folkcomunicação Icônica

Antes de apresentar a sistematização da Folkcomunicação Icônica é necessário esclarecer o termo “icônico”. De acordo com a teoria semiótica de Peirce, ícone é o primeiro termo da segunda tricotomia dos signos, sendo caracterizado por se referir ao objeto que ele denota em virtude de características do signo, sendo sempre ligado ao objeto que ele representa, sua função é a de exibir em si traços reais de seu objeto.

Marques de Melo (2008), na sistematização da Folkcomunicação Icônica, concebe sete formatos. O primeiro, “devocional”, manifestado pelos tipos: amuleto (objeto em que se atribui um poder mágico passivo de afastar desgraças ou malefícios), ex-voto (corresponde a quadro, imagens, fotografia, desenho, fita, pedaço de roupa, utensílios domésticos, etc, que se ofertam e se expõem em capelas, igrejas, salas de milagres em ação de graça por um favor alcançado dos céus), imagem de santo (em diversos materiais, destinados aos cultos católicos e afro-brasileiros, uma tradição vinda do primeiro século da colonização), medalha (peça que inclui imagens de santos de devoção, também no formato de escapulário que contém duas medalhas na mesma corrente) e presépio (representação visual do local onde nasceu Jesus). Acrescentamos as carrancas (escultura de madeira que são afixados na broa dos barcos) como tipo folkcomunicacional do formato devocional.

Já o segundo é o “diversional” que contém as seguintes modalidades: boneca de pano (figura de trapo que serve de brinquedo para crianças e de enfeite), boneco de barro (cozidos ou não, reproduzindo figuras e grupos de seres humanos, animais, vegetais, móveis e utensílios, ao natural e colorido), brinquedo artesanal (bonecos, bichinhos, carros, miniaturas de móveis e utensílios, figurinhas humanas, toda uma imensa variedade de peças de pano, barro ou madeira, que substituem os brinquedos caros e industrializados) e jogos infantis (passatempos que podem ser praticados com pouco ou nenhum objeto).

O formato “decorativo”, o terceiro da classificação de Marques de Melo, é representado pelos: adornos pessoais (objetos de identificação pessoal como amuletos, jóias, bijuterias e trajes de indumentária), bordados de cama e mesa (feitos com técnicas de tecelagem enrolando novelos de fios em diferentes fibras), cestaria (confecção de cestas utilizando roca e fuso), ornamentos domésticos (a exemplo de santos, bandeirolas e objetos oriundos de festas populares com fins de decoração, além de outros objetos

oriundos de festas móveis como a junina e o Natal), figuras de enfeite (como pintura, gravura popular e xilurgia) e luminária (que utiliza cera para a confecção de velas e panelinhas de barro com azeite de coco, mamona ou baleia, sobre a qual bóia uma torcida de algodão acessa).

Por sua vez, o formato “nutritivo”, abarcar os bolos, biscoitos e pães. Sobre esse formato é importante ressaltar, que não se trata de produtos encontrados em padarias e supermercados, mas sim, de produtos artesanais, que além da receita caseira, transmitida de geração a geração, a forma decorativa final também chama a atenção. Beltrão (1980, p. 278) diz que esses alimentos adquirem as formas mais variadas e imponentes, como: animais, corações, estrelas, flores, crescentes, igrejas, livros, palácios, moinhos. Com o açúcar, ornamentam-se os pratos, inclusive com votos: ‘feliz aniversário’, ‘boas festas’, etc.

O mesmo artefato artesanal do formato anterior pode ser observado no “bélico”, que contempla os tipos: armas, fardas, estandartes e troféus. Em relação ao formato bélico, Beltrão (1980, p. 277) comenta que ferreiros e armeiros produzem, nas regiões mais isoladas do país, armas de fogo (como o bacamarte) ou broncas (como a peixeira, em cujo uso se celebrizaram os “brabos” pernambucanos), espingardas de caça, anzóis, enxadas, foices, pás, machados, espetos, ganchos, etc, trabalhando ainda na fabricação de pólvora e projéteis.

Já formato “funerário” contempla os tipos: coroas (flores dispostas em círculo enviadas aos mortos), lápides (laje tumular, é a peça que se coloca junto ao túmulo), mortalhas (vestidura em que se envolve o morto) e túmulos (monumento fúnebre erguido em memória de alguém no lugar onde se acha sepultado).

Por fim, o “utilitário” é composto por: faiança (louça de barro vidrado), mobiliário (utilizando ou não das técnicas da escultura popular) e vestuário (compreende trajes e peças típicas que indicam a profissão e/ou religião dos seus usuários). Acrescentamos a esse formato o tipo cerâmica popular (confecção de panelas, pratos, xícaras, alguidares, vasos, moringas, etc.).

d) Folkcomunicação Cinética

Marques de Melo (2008), na sistematização da Folkcomunicação Cinética, concebe oito formatos. O primeiro é a “agremiação”, que contempla os seguintes tipos: bloco carnavalesco, clube de mães, comunidade de base, escolas de samba, escola dominical, mutirão e troça (uma orquestra carnavalesca que toca prioritariamente frevo, marchinha

de carnaval e outras músicas típicas). Já a “celebração” engloba os seguintes tipos de manifestações: afoxé (popularmente conhecido como ritmo do candomblé), candomblé, macumba, missa crioula, procissão, peregrinação, toré (ritual indígena), umbanda e vigília a Iemanjá.

O formato “distração” contém os tipos: amarelinha, bazar, capoeira, circo mambembe, horóscopo, jogo do bicho, mafuá, mamulengo, pelada de várzea, quermesse, rodeio crioulo, tourada e vaquejada. Por sua vez, o formato “manifestação” contempla: campanha, comício, desfile, greve, marcha, passeata, parada, queima de Judas, trote de calouros.

O formato “folguedo” contempla as seguintes formas: baiana, bumba-meu-boi, cavalhada, chegada, caboclinho, fandango, folia de reis, guerreiro, marujada, maracatu, pastoril, reisado e taieira. Já o “festejo” é composto pelo carnaval, festa cívica, festa da padroeira, festa da produção, festa do divino, festa junina, festa natalina, micareta, forró, funk carioca e rap paulista. Por sua vez a “dança” abarca os seguintes tipos: batuque, caiapó, catira, congada, cururu, coco-de-roda, dança de Moçambique. Flamengo, galope, jongo, marcha-rancho, maxixe, mazurca, quadrilha, samba, sapateado, tango, ticumbi, valsa e xaxado. Por fim, o formato ‘rito de passagem’ é manifestado através do: aniversário natalício, batizado, bodas, chá-de-bebê, chá-de-cozinha, despedida de solteiro, formatura e velório.

Como o professor Marques de Melo aponta essa classificação não é definitiva, outras contribuições serão bem vindas. Em uma demonstração dessa atualização dos estudos, Marques de Melo já modificou em três oportunidades (1979, 2006a, 2008), esses Gêneros e Formatos. Nas palavras do professor, fica o convite e o desafio para novas contribuições: “Proponho que os integrantes da Rede Folkcom, bem como os membros do Núcleo de Pesquisa em Folkcomunicação da INTERCOM, façam, nas respectivas regiões em que atuam, exercícios de comprovação da aplicabilidade deste esquema” (MARQUES DE MELO, 2008, p. 90).

Diálogos Beltranianos: aproximações com Morin, McLuhan e Freire

Marques de Melo (1998, 2006a, 2008) ainda faz aproximações do pensamento beltraniano com aportes em Edgar Morin, Marshall McLuhan e Paulo Freire. Conforme o pesquisador (1998), Morin identifica a cultura como um complexo de símbolos que

penetram o indivíduo em sua intimidade através da projeção e identificação, formando, assim, focos culturais de naturezas diferentes. Com isso, ao lado de uma cultura nacional ou religiosa sobrevive interdependente, uma cultura popular.

Beltrão (2001) ao estudar a manifestação folclórica como veículo de intercâmbio de informações permite deduzir que os ritos e rituais folclóricos possam sobreviver concomitantes com as práticas culturais tradicionais. Assim, as múltiplas identidades assumidas pelo indivíduo levam a estudos específicos dos focos culturais, pois em um comum repertório cultural cada ser humano percebe um símbolo de diferentes formas.

Já em relação ao midiólogo canadense McLuhan, Marques de Melo (2008) observa que o homem industrial de McLuhan, vivendo nas periferias das megalópoles americanas, inseria-se numa cultura de massa enraizada nas tradições populares graças ao papel desenvolvido pelos *mass media* - alicerçado no arsenal simbólico das comunidades rurais massificando a cultura dos *ianques* primitivos e adventícios.

Beltrão diagnosticara o oposto, ou seja, uma sociedade marcada pela vigência de uma mídia elitista, ancorada nos valores da cultura elitista. Isso dificultava a decodificação dessas mensagens por parte de grande parcela da população, que criavam veículos alternativos para estabelecer sua comunicação. Esse processo denominou-se Folkcomunicação.

Hoje, evidencia-se no Brasil a emergência de uma corrente oposta, em que veículos massivos utilizam elementos populares para a emissão de suas mensagens. A esse fenômeno dá-se o nome de Folkmídia. Marques de Melo (2008) aponta que tais processos começaram a estudados por Joseph Luyten e desvendados pela nova geração que integra a Rede Brasileira de Folkcomunicação, que está observando, testando, analisando e reproduzindo o fenômeno diagnosticado por McLuhan meio século depois.

José Marques de Melo (1998) também estabelece diálogo com Paulo Freire e percebe que ele ao pensar em um sistema capaz de estimular no homem o uso de suas funções intelectuais se refere a uma “Pedagogia da Comunicação”, como algo que instaura o diálogo e que proporciona um novo conteúdo programático da educação. “(...) A chave desse sistema estaria não propriamente na alfabetização, mas, antes dela, na superação da compreensão mágica ou ingênua que o homem tem do mundo, desenvolvendo uma compreensão crítica” (MARQUES DE MELO, 1998, p. 206).

Essa compreensão crítica pode ser feita com auxílio dos meios de comunicação, conhecida na atualidade como Educomunicação. Do mesmo modo, para Marques de Melo

“(...) é imprescindível um permanente processo de comunicação com os educandos, para que o educando apreenda sua realidade, de modo a codificá-la adequadamente, ensejando, a seguir, uma releitura do mundo em que vivem os educados” (MARQUES DE MELO, 1998, p. 270). Paulo Freire enfatiza que o mundo humano é um mundo de comunicação, comunicar para ele caracteriza pelo diálogo que implica em um acordo entre sujeito em torno de signos onde o significado e o significante modifica-se de acordo com o emissor/receptor.

A relação dialógica-comunicativa deve ser estabelecida com o mesmo referencial sógnico, “(...) é então indispensável ao ato comunicativo, para que este seja eficiente, o acordo entre os sujeitos, reciprocamente comunicante. Isto é, a expressão verbal de um dos sujeitos tem que ser percebida dentro de um quadro significativo comum ao outro sujeito.” (FREIRE, 2006, p. 67)

Desta forma a extensão universitária não pode estar veiculada ao simples ato de estender um conhecimento de algo a alguém, mas sim em um processo comunicativo em que a base dialógica vai proporcionar uma transformação da realidade sem que um indivíduo anule o outro. Nesse momento, retomamos a discussão sobre Folkcomunicação, tratando-a como possibilidade da concretização do processo comunicacional descrito por Freire para a realização da extensão universitária.

Três grandes teóricos de origens distintas, com pesquisas em objetos diversos e estudos em várias áreas dialogam com Beltrão e sua concepção de Folkcomunicação em diversos níveis. A aproximação dos processos de identificação e projeção de Morin nos múltiplos fluxos culturais é um ganho temático na teoria Folkcomunicacional, especialmente quando se pensa este mesmo processo nas culturas populares. A percepção de McLuhan a respeito do “folclore do homem industrial” está relacionado aos atuais estudos de Folkmídia, ou seja, a incidência de temas populares na mídia massiva. Finalmente, com Freire, pode-se utilizar a Folkcomunicação como práxis educacional e extensionista. Atribuimos a Marques de Melo a busca desses diálogos que só enriqueceram o terreno delimitado por Luiz Beltrão (formas rudimentares de comunicação frente à mídia elitista).

A Internet como ferramenta da Folkcomunicação

Para Marques de Melo (2006b) a Folkcomunicação se constitui em uma disciplina científica dedicada, como disse Luiz Beltrão em sua tese original em 1967, ao “estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias”. A “compreensão de sua resistência em território nacional” vem gerando um estoque de conhecimentos capaz de ser a base ou o ponto de partida para “integração da cultura popular com o sistema de comunicação massivo” (MARQUES DE MELO, 2006b, p. 1).

Para pensar a Folkcomunicação na era digital é necessário olhar a comunicação dos marginalizados de forma atenta e observar como ela tem invadido a chamada aldeia global, definida por McLuhan. A Folkcom vem ganhando amplitude e apesar dessa “sua universalidade” seu escopo representa “[...] um sistema de expressão cultural das classes subalternas ou dos grupos marginalizados” (MARQUES DE MELO, 2006b, p. 1), argumenta. Nesse aspecto, um desafio, acreditamos, seria desenvolver pesquisas que pudessem observar também as mudanças que vem ocorrendo na sociedade e na configuração da pirâmide social, especialmente em nosso país.

Para entender como a Folkcom tem penetrado nesses espaços, onde até recentemente estavam, basicamente, representadas expressões culturais das elites, o professor Marques de Melo vem realizando, sistematicamente, estudos exploratórios objetivando demonstrar como “[...] a mídia contra-hegemônica vem potencializando a difusão mundial das formas de sentir, pensar e agir dos segmentos economicamente excluídos das comunidades culturalmente marginalizadas ou dos grupos politicamente segregados” (MARQUES DE MELO, 2006b, p. 1). Embora a Internet ainda tenha acesso privilegiado, onde as camadas mais populares não têm representatividade significativa (principalmente por questões de custos), o que se pode observar é que, em detrimento disso, esse espaço está aberto para a representação das múltiplas culturas, revigorando a comunicação e fortalecendo o ambiente da internet como um local de reprodução dos aspectos sociais e culturais das vidas cotidianas, independente dos posicionamentos das camadas representativas dessa cotidianidade na pirâmide social. Marques de Melo argumenta que,

Se a disciplina acadêmica vem experimentando tamanha expansão, mais significativa tem sido a trajetória da Folkcomunicação nos espaços propiciados pela Internet. Esse território mostrou-se fértil, principalmente para a germinação e o cultivo de relatos sobre as atividades desenvolvidas pelos agentes folkcomunicacionais, ampliando consideravelmente seu raio

de ação. Além de garantir a sobrevivência de vários gêneros ou formatos de expressão popular, a *web* permite multiplicar os seus interlocutores, bem como ensejar o intercâmbio entre grupos e pessoas que possuem identidades comuns, mesmo distanciados pela geografia. (MARQUES DE MELO, 2006b, p. 9)

Inicialmente, a pesquisa realizada por Marques em 2005⁶ foi dividida em partes. Para saber “qual a amplitude das fontes disponíveis na Internet sobre a Folkcomunicação como disciplina acadêmica”, os resultados evidenciaram “[...] 1.118 referências, sendo 823 alusivas à própria disciplina e 295 ao seu fundador, Luiz Beltrão” (MARQUES DE MELO, 2006b, p. 10). Posteriormente, buscando “[...] conhecer o tamanho do espaço ocupado pelos fenômenos tipicamente folkcomunicacionais” (MARQUES DE MELO, 2006b, p. 10) a surpresa, de acordo com o professor Marques de Melo foi que o “[...] universo empírico é quase mil vezes superior ao do campo teórico. Encontramos 960.891 referências que focalizam tipos de folkcomunicação situados em diferentes patamares da vida cotidiana” (MARQUES DE MELO, 2006b, p. 10). Assim, dando continuidade a investigação, direcionando e ampliando seu foco de análise, contemplou a especificidade dos 4 Gêneros Folkcomunicacionais já detalhados anteriormente, ou seja, Folkcomunicação Oral, Visual, Icônica e Cinética e que permitiram constatar os seguintes dados:

| Gêneros Folkcomunicacionais | N.A | % |
|---------------------------------|----------------|--------------|
| TOTAL | 960.891 | 100.0 |
| Folkcomunicação oral | 146.389 | 15.2 |
| Folkcomunicação visual | 351.972 | 36.7 |
| Folkcomunicação icônica | 10.757 | 1.1 |
| Folkcomunicação cinética | 451.773 | 47.0 |

Fonte: Tabela original disponibilizada por Marques de Melo (2006b, p. 11) em sua pesquisa

Como bem relata Marques de Melo em suas análises, chamou a atenção nos resultados à representatividade do Gênero Cinético e Visual, que “[...] juntos eles significam aproximadamente 8 de cada 10 referências acumuladas” (MARQUES DE MELO,

⁶ Para conhecer a pesquisa - **Folkcomunicação na Era Digital**: a comunicação dos marginalizados invade a aldeia global. Texto da conferência proferida na V Bienal Iberoamericana de Comunicación. México, Campus Estado de México do Instituto Tecnológico de Monterrey, 19-22 de setembro de 2005. O texto foi publicado em 2006, no número 49 da revista Razón y Palabra do Instituto Tecnológico de Monterrey, edição esta que contém o material da V Bienal. O texto também foi apresentado em outros espaços e está publicado na web em diversos sites. Também no sexto capítulo (Evidências Ciberespaciais) livro “Mídia e Cultura Popular. História, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação”, do professor José Marques de Melo, editado pela Paulus, em 2008. Neste artigo usamos a versão da revista Razón y Palabra (2006b).

2006b, p. 11). Há, nas apreciações do professor, a prevalência de alguns formatos, mas linhas gerais os tipo predominantes, foram:

- a) Folkcomunicação Oral: Lenda, com 36.400 inserções,
- b) Folkcomunicação Visual: Tatuagem que ocupou 327.000 referências,
- c) Folkcomunicação Icônica: Ex-voto representou 7.940 entradas e
- d) Folkcomunicação Cinética: o Funk Carioca obteve 143.000, superando, inclusive, o Forró (25.700).

Um alerta do professor é que parte considerável desses tipos e formatos são referências protagonizadas pelas demandas culturais da juventude “(clientela principal da Internet)” (MARQUES DE MELO, 2006b, p. 14).

Contudo, a intenção básica desse trabalho não foi a de discutir ou detalhar a pesquisa realizada pelo professor Marques de Melo, mas de evidenciar como a Folkcomunicação está representada no espaço da Internet. E isso foi possível observar, embora alguns autores acreditem e defendam que esse fato está na contramão do que seria o óbvio. Mas como vem nos alertando o professor Marques de Melo, para observar a Folkcomunicação é necessário sair do lugar comum, daquilo que está evidente e que apresenta características inequívocas. Para as análises nessa linha de pesquisa é fundamental um olhar atento, mas despojado das certezas que permeiam certas correntes teóricas.

Outros caminhos a percorrer

A Folkcomunicação é uma teoria importante e o interesse da nova geração acadêmica pelo estudo das manifestações da cultura popular tem feito com que ocorra uma ampliação do acervo cognitivo produzido pela academia.

Mas é fundamental reforçar que os livros base dos pressupostos teóricos e metodológicos dessa linha de pesquisa: *Comunicação e Folclore*, de 1971 e *Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados*, de 1980, estão esgotados, sendo inclusive raro encontrar nas bibliotecas das instituições de ensino e pesquisa.

Inovações que vem ocorrendo em vários espaços comunicativos com referência aos estudos teóricos sob o viés da Folkcomunicação. Contudo, o professor Marques de Melo desafia a nova geração de pesquisadores a sair do lugar comum das análises e a exemplo de Beltrão, dar aos estudos da Folkcomunicação um “[...] tratamento analítico

consentâneo com a sua natureza comunicacional, o que significa ultrapassar a descrição dos seus fluxos interativos para sugerir apropriações capazes de compreendê-los, buscando preservar as respectivas identidades culturais” (MARQUES DE MELO, 2008, p. 50). Para ir além da compreensão teórica de Beltrão e incorporar as novas nuances desenhadas por esse mundo tecnológico globalizado é necessário que as novas gerações ampliem o foco, direcionem o olhar, focalizem os objetos Folkcomunicacionais, trazendo miradas novas, capazes de demonstrar não só a atualidade dessa teoria, mas sua aplicabilidade em várias frentes e em fenômenos comunicacionais. **RIF**

Referências

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

_____. **Folkcomunicação**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou Comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2006.

LUYTEN, Joseph. **Sistemas de Comunicação Popular**. São Paulo: Ática, 1988.

MARQUES DE MELO, José. **Comunicação Social**: teoria e pesquisa. Petrópolis: Vozes, 1970.

_____. Sistema de Comunicação no Brasil. In: MARQUES DE MELO, José; FADUL, Anamaria e LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. **Ideologia e Poder no Ensino de Comunicação**. São Paulo: Cortez, 1979.

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

_____. Gêneros e Formatos folkcomunicacionais: aproximações taxionômicas. In: MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina e DOURADO, Jacqueline. **Folkcom**. Teresina: Halley, 2006a.

_____. Folkcomunicação na era digital: a comunicação dos marginalizados invade a aldeia global. **Razón y Palabra**: revista do Instituto Tecnológico de Monterrey, México: ITESM, n. 49, ano 11, fev-mar 2006, p. 1-26. 2006b.

_____. **Mídia e Cultura Popular**. São Paulo: Paulus, 2008.

RANDELL, J. On Peirce's conception of the iconic sign. In: SEBEOK, T., BOUISSAC, P., HERZFELD, M. & POSNER, R. (Eds). **Iconicity**: essays on the Nature of Culture. The Netherlands: John Benjamins Publishing Co., 1986.