

ARTIGOS/ENSAIOS

A gênese da Folkcomunicação

por Maria Isabel Amphillo



A Gênese da Folkcomunicação¹

Maria Isabel Amphilo²

RESUMO

O presente artigo resulta do trabalho de pesquisa realizado em nossa tese de doutorado: "A Gênese, o desenvolvimento e a difusão da Folkcomunicação". Esta parte, especificamente, trata da investigação sobre a gênese da teoria da Folkcomunicação, tendo por objetivo identificar suas matrizes epistemológicas e suas raízes metodológicas, bem como caracterizar sua natureza interdisciplinar, gravitando em torno das ciências da comunicação e da cultura.

PALAVRAS-CHAVE

Pensamento Comunicacional Brasileiro, Teoria da Folkcomunicação, Luiz Beltrão.

The Genesis of Folkcommunication

ABSTRACT

This article is the result of research work carried out in our doctoral thesis: "The Genesis, development and diffusion of folk communication." This part specifically deals with the investigation into the genesis of the theory of folk communication, aiming to identify their headquarters epistemological and methodological roots, and to characterize its nature interdisciplinary, gravitating toward communication sciences and culture.

KEY WORDS

Brazilian Communicational Thought; Theory of Folk Communication; Luiz Beltrão

¹ Este artigo é parte da Tese de Doutorado, intitulada: A Gênese, o desenvolvimento e a difusão da Folkcomunicação. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), 2010. Artigo apresentado no Colóquio Latino Americano de Comunicação (CELACOM 2012), na cidade de Bauru, São Paulo, Brasil.

² Graduada em Letras (1994) e Teologia (2000), é Mestre (2003) e Doutora (2010) em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Bolsista Fapesp. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9660628013591798>. E-mail: isabelamphilo@hotmail.com.

Introdução

Neste artigo abordamos a gênese da teoria da Folkcomunicação, identificando suas suas matrizes epistemológicas e raízes metodológicas, além de demonstrar sua natureza interdisciplinar, gravitando em torno das ciências da comunicação e da cultura.

O artigo é de cunho histórico-crítico e, portanto, pretende descrever e analisar a teoria da folkcomunicação de maneira crítica, considerando questões históricas importantes, que motivaram e que fizeram parte de sua elaboração. É preciso considerar que uma teoria nasce em um determinado contexto. Ela emerge de uma determinada situação. No Brasil, a Folkcomunicação emerge na década de 1960, no contexto de ditadura militar, além implantação da censura e a implantação do Decreto AI-5 e de intensa perseguição aos intelectuais.

Este artigo está dividido da seguinte maneira: 1. Demonstrar que a folkcomunicação trata dos processos de intercâmbio de informações de bens simbólicos, além de estabelecer as relações entre os atores sociais que estão relacionados às manifestações folclóricas e às práticas sociais e culturais, demonstrando que a folkcomunicação é uma comunicação simbólica e cultural; 2. A formação da teoria é importante para explicitar os autores que inspiraram Beltrão na elaboração da teoria, explicando como se estabeleciam as relações na época do Brasil colonial, em sua tese de doutorado; 3. A seguir, trataremos sobre os “agentes de folk”, que são os comunicadores populares que conseguem realizar esse intercâmbio de informações em contextos populares; 4. Abordamos, também, de que maneira Beltrão trata da existência de grupos sociais e suas relações com outros grupos, considerados marginalizados social, cultural, ou ideologicamente; 5. E, finalmente, tratamos do folk-jornalismo, que é uma categoria elaborada por Marques de Melo, para distinguir sua maneira de pensar de Beltrão e as Considerações Finais.

Folkcomunicação: uma comunicação simbólica e cultural

Martín Serrano (1982, p. 71) afirma que “no cabe construir teoría alguna - ni en comunicaci3n, ni en ning3n campo del saber - , que no haya sido elaborada a partir de una reflexi3n sobre la experiencia, y contrastada con ella para probar su validez”. Assim, buscaremos mostrar como Beltrão trouxe essa reflex3o do registro jornalístico para o

âmbito acadêmico, começando com sua pesquisa sobre “O ex-voto como veículo jornalístico” (BELTRÃO, 2004, p. 117)³.

A teoria da folkcomunicação nasce, nasce do resultado da observação de Luiz Beltrão, enquanto profissional de jornalismo, em que concentrava seus conhecimentos na cultura popular nordestina e, com sua sensibilidade, transforma o registro jornalístico em objeto de pesquisa acadêmica.

As primeiras idéias de Beltrão sobre a folkcomunicação foram publicadas em seu artigo “O ex-voto como veículo jornalístico”, em 1965. Tema também abordado pelo sociólogo mexicano, Jorge González, em “Ex-votos y retablitos”, em que afirma que “el ex-voto pintado o retablito, inicialmente puede ser definido por su función social: sirve explicitamente para comunicar. Es, pues, un instrumento de comunicación” (1994, p. 106, grifo nosso). Jorge González parte da pesquisa etnográfica para coleta de dados, porém sua análise é baseada na semiótica, em que identifica as relações e os processos de significação, averiguando que:

Esta composición semântica global, además de “ser”, material y espacialmente, también “significa”. Comunica los lugares y las formas en que la disciplina puede ser violada; pero al mismo tiempo por simples oposición, también remarca y refuerza los lugares, espacios y maneras en que dicha disciplina, es decir el mismísimo poder, debe ser respetada (GONZÁLEZ, 1994, p. 107).

Jorge González parte da sociologia da cultura para chegar à comunicação. Beltrão parte das referências comunicacionais para a sociologia. Beltrão inicia seu artigo com uma tese:

Não é somente pelos meios ortodoxos – a imprensa, o rádio, a televisão, o cinema, a arte erudita e a ciência acadêmica – que, em países como o nosso, de elevado índice de analfabetos e incultos, ou em determinadas circunstancias sociais e políticas, mesmo nas nações de maior desenvolvimento cultural, não é somente por tais meios e veículos que a massa se comunica e a opinião pública se manifesta. Um dos grandes canais de comunicação coletiva é, sem dúvida, o folclore (BELTRÃO *apud* MARQUES DE MELO, 2001, p. 209).

Beltrão identifica, então, que há outros meios de comunicação que são informais, que interferem na opinião pública e alteram, sim, a atitude popular frente à implantação

³ O artigo foi publicado, pela primeira vez, na primeira revista científica de comunicação, recém-fundada pelo próprio Luiz Beltrão, Comunicação & Problemas, v.1, n.1, Recife, ICINFORM, março de 1965, p. 9-15.

de inovações efetuadas pelo governo. O que se reflete no voto e nas manifestações sociais, culturais e folclóricas. É na comunicação interpessoal e grupal, que Beltrão identifica a força da comunicação informal e seu alto poder de persuasão.

É que a semente da informação germinou no espírito das analfabetas, semi-alfabetizadas e, de toda maneira, rudes e tardas gentes do povo. E, de repente, floresce na rosa da opinião nas manifestações artísticas e folclóricas, ou frutifica – pomo de ação – nos movimentos insopitáveis de massa que concretizam a vontade popular. Como se processa o florescer da informação, transmutada em opinião, pode-se observar na sátira, na crítica, na caricatura, no símbolo de que estão plenos os entretenimentos, folguedos, autos populares, a pintura e a escultura e até mesmo a mais doméstica e tradicional das artes brasileiras – a confeitaria, como bem registrou Gilberto Freyre (BELTRÃO *apud* MARQUES DE MELO, 2001, p. 209).

Beltrão apresenta, até de maneira poética, o “florescer” da informação nas manifestações artísticas e folclóricas. Seu interesse pelo folclore, como instrumento de propaganda, nasce de sua viagem à China, de Mão Tse Tung, em que após seu retorno escreve “Itinerário da China” (MARQUES DE MELO, Anotações de Defesa). A informação vem com uma roupagem conotativa, de sátira, com humor, falando de assuntos delicados, porém de uma maneira aceita pelo povo, que aceita a brincadeira, mesmo em se falando de assuntos delicados e difíceis do cotidiano. A informação emerge na dimensão simbólica, metafórica, por sinais, sob códigos que são inteligíveis aos indivíduos de determinadas comunidades, de determinados contextos, e os agentes dessas comunidades se encarregam de democratizar a informação. Na concepção de Beltrão, o jornalismo existe desde a era primitiva (MARQUES DE MELO, Anotações de Defesa), em que o ser humano busca comunicar-se de diversas formas e cria seus próprios sistemas de códigos, conforme a realidade contextual vivida.

O que Beltrão chama de “experiência sócio-cultural comum”, para Schramm é o “campo de experiência comum”. Por isso, no ensino de idiomas, de que fala Jakobson (1995, p. 63), é necessário se estudar a cultura de determinado país, pois há expressões que somente são inteligíveis em determinados contextos e a língua precisa ser estudada a partir de um espaço social e seu universo simbólico de significações, inteligíveis naquele contexto.

O ex-voto adquire valor jornalístico na medida em que torna público um fato histórico, através de uma representação simbólica. Idéia compartilhada por Jorge González em “Ex-votos y retablitos” (GONZÁLEZ, 1994, p. 97-157). Há casos, porém, em que no

verso da fotografia está relatado o fato. As representações simbólicas são, então, o reflexo da realidade. Os ex-votos tornam públicas as doenças e enfermidades do povo brasileiro e pode-se, então, rastrear suas localidades e detectar as origens dos problemas sociais brasileiros, ou seja, por exemplo, onde falta atendimento público de saúde. Os problemas sociais necessitam de políticas públicas das necessidades básicas da população, que se localizam em áreas, como alimentação, saúde, moradia, saneamento básico, trabalho e melhores salários, daí a necessidade de vigilância em relação ao salário mínimo, para que alguns “proveitadores” não paguem aos pobres menos que o mínimo. Há, dessa maneira, um padrão a ser seguido de mínimo de bem-estar ao povo.

O ex-voto é, então, a expressão da alma popular, que manifesta seu grito “silencioso” pedindo ajuda a Deus. É através dos ex-votos “corações sangram e com o seu sangue vai sendo escrita à história dos sofrimentos do povo nordestino, vítima das secas, dos latifúndios, das doenças e da fome” (BELTRÃO *apud* MARQUES DE MELO, 2001, p. 214). Comunicar aqui é questão de sobrevivência. A comunicação através dos ex-votos tem dois vieses, percebidos por Beltrão: um é o protesto pelas condições de sobrevivência, em que vive o povo; outro é a expressão opinativa popular sobre as questões veiculadas pelos meios massivos de comunicação, sobre “problemas do momento”.

Para estudarmos os processos comunicacionais populares, devemos buscar compreender o folclore, desde a perspectiva da “antropologia cultural”, de cunho funcionalista (Boaz, Malinowsky), da “sociologia da cultura” (Cirese, Bourdieu), da “sociologia da comunicação” e da “psicologia social” (Lazarsfeld), que nos dão bases fundamentais para compreender como funciona o sistema comunicacional. Por outro lado, é imprescindível o conhecimento da realidade brasileira, a formação da nossa economia (Celso Furtado e Fernando Henrique Cardoso), a teoria social brasileira (Florestan Fernandes, Gilberto Freyre, Darcy Ribeiro e Octávio Ianni) e o trabalho de campo de folcloristas importantes (Alceu Maynard e Edison Carneiro).

A formação da teoria

A Folkcomunicação é uma teoria da comunicação, elaborada a partir da imbricação da teoria da comunicação, da antropologia e da teoria social brasileira, que emerge no Brasil da década de 1960, num contexto sócio-político de repressão, problemas sociais como baixa renda per capita, alto índice de analfabetismo e, também, problemas relacionados à formação jornalística e a prática da profissão, além de teorias forâneas, que

não davam conta de explicar os processos da comunicação pelos quais passava o país, devido ao desconhecimento do contexto brasileiro.

Beltrão propõe uma teoria “contextual”, através de um modelo de comunicação que depende do conhecimento do ecossistema cultural e folclórico, do *habitus*, do *modus vivendi*, do *modus operandi*, da *doxa*, como a maneira pessoal de filtrar as informações recebidas, estabelecendo pré-conceitos (conceitos pré-concebidos sobre determinado assunto e resistente a inovações), além do desconhecimento da formação da sociologia brasileira e dos problemas decorrentes dela. Essa lacuna da sociologia brasileira é preenchida com as pesquisas de Gilberto Freyre, Florestan Fernandes, Edison Carneiro, Arthur Ramos, entre outros citados adiante.

A Folkcomunicação vem preencher uma lacuna teórico-metodológica na América Latina, dando suporte às pesquisas comunicacionais, verificando como se processa a difusão de informações na comunicação popular. Dessa maneira, a Folkcomunicação pode ser utilizada, não somente no contexto latino-americano, mas em contextos que compartilhem da mesma realidade de subdesenvolvimento e que, através das manifestações folclóricas, possam gerar o desenvolvimento regional (Rogers, Schramm). A veiculação de conteúdos simbólicos (Bourdieu) nos meios de comunicação de massa (Martín-Barbero, Beltrão), realizando o contra-fluxo de informações, podem provocar uma procura por manifestações folclóricas, que em cidades pequenas, pode movimentar a indústria da criatividade, do turismo e de toda a infra-estrutura regional, para atender a uma demanda que vem para a cidade, em busca de catarse, ou de um bem simbólico (AMPHILO, 2006).

A Folkcomunicação é inspirada na teoria da agulha hipodérmica, de método estrutural-funcionalista norte-americano, porém com um tom crítico marxista, como também uma forma própria de articulação e, em conseqüência, manifestação das idéias populares de uma forma crítica. A natureza funcionalista é percebida na medida em que Beltrão ressalta, além da função jornalístico-literária e de preservação da memória nacional, através de versos cantados, o processo comunicacional, em que cada um tem uma função na sociedade, seja individual ou institucional.

Já o seu método de análise é inspirado nos sociólogos norte-americanos e funcionalistas, como Wilbur Schramm. Schramm estabeleceu suas primeiras hipóteses sobre a inter-relação entre estruturas sociais, desenvolvimento tecnológico, estrutura agrária, regimes políticos, como também, a circulação e funções da comunicação a partir

das pesquisas realizadas nos anos sessenta, com dados estatísticos inumeráveis sobre a estrutura da informação mundial. Seu objetivo maior era verificar os efeitos da informação, que para ele, “los efectos de las comunicaciones masivas son positivos para el mantenimiento de la paz internacional y el desarrollo econômico y cultural de los pueblos” (MORAGAS SPA, 1981, p. 65). O fluir da informação teria, então, influência no estabelecimento da paz mundial e no desenvolvimento.

Beltrão conflui as teorias da comunicação social e a sua vivência jornalística em contato com a cultura popular, para depois realizar a Análise do Discurso popular. Essa confluência é acrescida ao contato com os pressupostos teóricos dos cientistas sociais brasileiros, antropólogos e folcloristas, aos quais citamos os mais evidenciados na pesquisa de Beltrão: Câmara Cascudo (9ª edição), Gilberto Freyre (1947, 1961), Djacir Menezes (1938) e, principalmente, em Edison Carneiro (1965), que afirma que assim como a sociedade é dinâmica, o folclore também o é.

É evidente, na tese de Beltrão, a preocupação na fundamentação folclórica e antropológica de sua tese, visto que os autores mais citados são Câmara Cascudo (20) e Edison Carneiro (10) e Gilberto Freyre (9), que aborda a sociologia brasileira. Esses são os pilares da folkcomunicação, no sentido de conhecer-se a realidade contextual para, então, averiguar os processos comunicacionais das comunidades, tribos e grupos sociais. A dinamicidade social e sua mutabilidade é característica presente em todas as sociedades, o que torna nosso objeto de estudo móvel e mutável, o que caracteriza o materialismo histórico e dialético no pensamento de Edison Carneiro. A partir desta tese, Edison Carneiro afirma que “o processo mais constante, nas coisas do populário, é o da recomposição folclórica” (1965, p. 20). Para Edison Carneiro (1965, p. 20), o povo atualiza e recompõe suas manifestações folclóricas, manifestando suas idéias e opiniões e, dialeticamente, as atualiza. Como exemplo, ele nos dá a capoeira, que “(...) era a forma de afirmação pessoal do liberto ou do negro emancipado da cidade – os moleques de sinhá lembrados nas cantigas da diversão.

A Folkcomunicação vem contribuir para o avanço da teoria da comunicação, a partir da constatação de uma lacuna teórica no âmbito acadêmico latino-americano. Isso por que

(...) a Folkcomunicação preenche o hiato, quando não o vazio, não só da informação jornalística como de todas as demais funções da comunicação: educação, promoção e diversão, refletindo o viver, o querer e o sonhar das massas populares excluídas por diversas razões e circunstâncias do processo civilizatório, e exprimindo-se em linguagem e

códigos que são um desafio ao novo e já vigoroso campo de estudo e pesquisa da Semiologia (BELTRÃO, 1980, p. 26).

As teorias da comunicação oriundas da Europa e Estados Unidos “não davam conta” da realidade conjuntural latino-americana (no contexto global da Guerra Fria). Para compreender a Folkcomunicação é necessário situá-la em suas condições de produção no Brasil e na América Latina, visto que Luiz Beltrão foi pioneiro nos estudos comunicacionais no Brasil e teve participação no CIESPAL. Assim, enquanto alguns pesquisadores utilizavam postulados funcionalistas, outros relativizavam as metodologias dialéticas, para superar a perspectiva de denúncia. Em consequência disso, emerge a consciência da inadequação desses modelos teóricos e metodológicos forâneos, o que começa a gerar caminhos alternativos objetivando a superação da dependência intelectual.

Nesse contexto, Beltrão vem com a proposta de analisar a comunicação popular (visto que os olhos dos pesquisadores estavam sobre a imprensa formal) e publica, em 1965, “O ex-voto como veículo jornalístico” (BELTRÃO, 2004, p. 117-124). Beltrão propõe uma reflexão sobre um modelo de comunicação comunitária/horizontal, que seria “embrião” da folkcomunicação. Ele afirma que “um dos grandes canais de comunicação coletiva é, sem dúvida, o folclore” (BELTRÃO, 2004, p. 117).

A ciência busca compreender a realidade social, a partir do seu contexto sócio-político-econômico e cultural. Uma teoria emerge no seio de uma realidade social, de um contexto macro e micro das experiências sociais, levando-se em consideração as condições de produção e os atores sociais, que tem voz na sociedade. A Teoria Social Brasileira emergiu no Brasil na década de 1960 e tornou-se mais forte com os estudos e formulação teórica de Darcy Ribeiro, Fernando Henrique Cardoso e Celso Furtado.

Na realidade, Beltrão despertava no meio acadêmico um objeto de pesquisa, que conforme Marques de Melo (2001, prefácio) já vinha sendo competentemente estudado pelos antropólogos, sociólogos e folcloristas, mas negligenciado pelos comunicólogos. Dessa forma, Marques de Melo afirma que:

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 àquelas 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 quanto à prensa de Mogúncia) (2001, PREFÁCIO).

Assim, para provar que as manifestações populares também revelavam a opinião pública, Beltrão lança mão dos pressupostos teóricos da escola norte-americana de comunicação, de base empírico-funcionalista, sendo primeiramente nas teorias da Comunicação de Paul Lazarsfeld e Elihu Katz (1941), especialmente sobre o papel do líder de opinião como mediador e nos desdobramentos da teoria da Comunicação de Schramm (1954a.) baseada no modelo cibernético (MORAGAS SPA, 1981, p. 143-170).

Beltrão avança em relação às pesquisas norte-americanas, considerando o contexto conjuntural brasileiro, afirmando que o fluxo comunicacional não acontecia em duas etapas, somente, ele possuía uma interação bipolar, pois se deveria considerar o *feedback*, em que interferiam os líderes de opinião, o que no Brasil, Beltrão identificou os agentes folkcomunicacionais. Dessa forma a reinterpretação das mensagens acontecia na dinâmica da sociedade grupal, levando em consideração seus valores e contendo o sentido da coesão grupal, mas também captando “signos da mudança social”, como recurso de sobrevivência. Essa concepção aproxima Beltrão à linha de investigação de Wilbur Schramm, que abordou a comunicação sob o viés do desenvolvimento na América Latina. Ou seja, Luiz Beltrão inter-relaciona e conflui as Teorias da Comunicação com que tivera contato e a Teoria Sócio-cultural brasileira, gerando, assim, a Folkcomunicação. Dessa forma, a Folkcomunicação emerge da realidade conjuntural, particularmente da região do nordeste do Brasil e conquista seu espaço na academia.

O Agente de Folk

A tese de Luiz Beltrão sobre a Folkcomunicação é o desdobramento da hipótese de Paul Lazarsfeld e Elihu Katz sobre a “comunicação em duas etapas” – *two step flow of communication* – que determinaria o fluxo comunicacional em “dois estágios, ou seja, dos meios aos líderes e destes aos seus amigos mais próximos” (BELTRÃO, 1980, p. 31) e, assim, sucessivamente. Esta tese tinha por objetivo refutar a idéia de “onipotência midiática” (KATZ & LAZARFELD, 1962). Esta pesquisa empírica, realizada nos Estados Unidos⁴, os levou à conclusão de que “a mídia consegue mobilizar a atenção coletiva dos

⁴ Os estudos sobre os meios de comunicação de massas surgiram nos Estados Unidos com ênfase em três focos de preocupação, neste período entre a 1a. e a 2a. Guerras Mundiais: 1.efeitos provocados pelo crescimento dos meios de comunicação; 2. estudo da propaganda política; 3. estudo da utilização comercial-publicitária dos meios de comunicação de massa (MORAGAS, 1981).

usuários, mas seus efeitos são mediados por líderes de opinião que filtram as mensagens segundo os padrões consensuados nos grupos primários” (BELTRÃO, 2001, p. 14).

Beltrão avança em relação às pesquisas norte-americanas, considerando o contexto conjuntural brasileiro, afirmando que o fluxo comunicacional não acontecia em duas etapas, somente, ele possuía uma interação bipolar, pois se deveria considerar o feedback, em que interferiam os líderes de opinião, o que no Brasil, Beltrão identificou os agentes folkcomunicacionais, porém, dando especial atenção e importância aos grupos sociais e culturais. Para Beltrão, era preciso estudar o poder persuasivo dos grupos. Dessa forma a reinterpretção das mensagens acontecia na dinâmica da sociedade grupal, levando em consideração seus valores e contendo o sentido da coesão grupal, mas também captando “signos da mudança social”.

Uma teoria nasce de um determinado “lugar de fala”, de um contexto específico, sócio-político-econômico e cultural. O *expert*, de Lazarsfeld, é um especialista, que é entendido num assunto, mas que tem acesso às revistas e aos meios formais de comunicação, numa realidade democrática de acesso à informação. Porém, Beltrão apreende os conceitos de outro sociólogo, o francês Dumazedier. Este elaborou outro esquema mostrando a relação entre o líder de opinião e o comunicador de massa, em que o líder de opinião localizava-se no centro do “diálogo”, entre este e os demais meios massivos de comunicação.

O agente-comunicador, ou agente de folk, tem a capacidade e a sensibilidade de conhecer e conviver no meio popular, porém tem seus conhecimentos alargados pelo seu contato fora do grupo. Para Beltrão (1980, p. 36), “a ascensão à liderança está intimamente ligada à credibilidade que o agente-comunicador adquire no seu ambiente e à sua habilidade de codificar a mensagem ao nível do entendimento de sua audiência”. Esse fenômeno acontece devido à presença de uma estrutura social discriminatória mantida no Brasil e em alguns países, em que a massa camponesa, as populações marginalizadas urbanas e até mesmo extensas áreas proletárias ou de subempregados, se comunicam através de um vocabulário limitado, porém inteligível em seu meio.

A formação intelectual e cultural de um cidadão norte-americano era muito mais acessível e intensa, que de qualquer latino-americano; o acesso à educação para o norte-americano é infinitamente maior, que ao latino americano, considerando que a democratização da educação universitária no Brasil, ocorre a partir de iniciativas que ocorreram na década de 1980.

Desta forma, o líder de opinião de Lazarsfeld, para Beltrão, assume novas variáveis. Ele pode não ter acesso à educação, mas entender de ervas e de saúde, como é o caso das parteiras, pois há lugares ainda hoje no norte do Brasil, no Amazonas, em que o médico demora dias para chegar de barco pelo rio. Da mesma forma, a informação demora a chegar aos lugares mais longínquos do país, contando com a contribuição dos Líderes de Opinião, em trazer alguma informação que propicie alguma mudança, alguma transformação social para a comunidade, que altere o modo de vida em uma vida melhor.

Os grupos

Em Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados, Luiz Beltrão vai debruçar-se sobre seu avanço nas pesquisas de Lazarsfeld e Katz: sua pesquisa sobre os grupos. Assim, Beltrão, a partir da realidade brasileira e latino-americana, sistematiza os grupos das culturas subalternas, verificando que estes tinham suas maneiras eficientes e eficazes de comunicação. Beltrão sistematiza a sociedade brasileira, estudando-a em grupos considerados marginalizados social, cultural ou ideologicamente. Assim, Beltrão explicita, em suas pesquisas, quem são esses grupos; os meios de expressão utilizados; e quais são as grandes oportunidades de comunicação. Beltrão realiza pesquisa bibliográfica e documental, além de seu notório conhecimento sobre o folclore e a cultura popular brasileira. Após a coleta de dados, Beltrão parte para a análise do discurso popular, averiguando os processos de significação, como também, de comunicação, através da comunicação interpessoal/grupal, com a participação dos agentes-comunicadores.

Os grupos rurais marginalizados:

Os grupos rurais marginalizados são constituídos de habitantes de comunidades longínquas, em que o desenvolvimento tarda em chegar e, conseqüentemente, a informação também, e vivem alheios “às metas de desenvolvimento perseguidas pelas classes dirigentes do país” (BELTRÃO, 1980, p. 41). Aqui encontramos um outro processo de dificuldade de inteligência de uma informação, que é mais complexo, pois as informações são incompatíveis com os grupos, é o processo chamado de “incomunicação”, que resulta do

(...) equívoco dos agentes-comunicadores do sistema dominante “em acreditar que, através de métodos de excitação, de adestramento ou... dos meios de informação de massa, poderão fazer com que certas mensagens impostas possam ser compreendidas e efetivamente

adotadas”, esquecendo o ser humano e a consciência social do receptor. “Mesmo que os grupos rurais reajam de maneira condicionada a estímulos, a partir de mecanismos (do plano persuasivo aos métodos institucionalizados de ação comunitária), persiste o quadro da incomunicação, pois existem informações que, por mais trabalhadas que seja, suas transmissões são incompatíveis com as características fundamentais dos grupos rurais, que compreendem a realidade de acordo com o seu modo de existência” (FAUSTO NETO *apud* BELTRÃO, 1980, p.42).

Nos grupos rurais marginalizados, havia, na época de Beltrão, a atuação das Ligas Camponesas, que avançavam principalmente em Pernambuco e na Paraíba, sob a direção de Francisco Julião, com o qual Beltrão tinha contato. A sindicalização rural se ampliava com a criação da Confederação Nacional dos Trabalhadores Agrícolas e a atuação das Ligas Camponesas, que traziam à tona a discussão sobre a Reforma Agrária, que tocava no encaixe dos grandes latifundiários do país e era uma questão social, política e econômica delicada ao governo.

Os grupos urbanos marginalizados

Os grupos urbanos hoje nos aproximam novamente do fenômeno da tribalização de McLuhan, num contexto social de uma variedade imensurável, o ator social brasileiro tem à sua disposição um número ímpar de possibilidades de identificação com grupos, tendo a opção de fazer parte de vários grupos ao mesmo tempo. Na realidade o fenômeno que rege os grupos sociais é o da identificação, seja ela social (raça: latinos, sexo: homossexuais; cor: black-music); política (partidos de direita, de esquerda e várias divergências dentro dos próprios partidos), ideológica (marxista, marxista-leninista), econômica (capital econômico que faz a distinção de espaços sociais e de classes), religiosa (católicos, protestantes, evangélicos, religiões afrodescendentes como o candomblé); cultural (erudita, popular e massiva com várias subdivisões).

É interessante que Beltrão, em momento algum, discute os movimentos revolucionários no país, que atuam nos contextos urbanos. No contexto urbano, a UNE (União Nacional dos Estudantes), que estava em plena legalidade e com trânsito livre às instâncias de poder, discutia as questões nacionais e as perspectivas de transformação que mobilizavam o país. Ligado à UNE, surgia, no Rio de Janeiro, o primeiro Centro Popular de Cultura, em 1961, que tinha por objetivo buscar estratégias para a construção de uma cultura “nacional, popular e democrática”, que atraía jovens intelectuais, os CPCs (Centros Populares de Cultura) que aos poucos emergiam em todo o país e tinham por objetivo

desenvolver uma atividade de conscientização junto às classes populares. Emergia, também, um novo tipo de artista engajado “revolucionário e conseqüente”, que era também influenciado pelos ventos de efervescência política. No Rio de Janeiro, o CPC lançava “Eles não usam black-tie” e a “Veza da recusa”, o filme “Cinco vezes favela” e a coleção “Cadernos do Povo”, além da série “Violão de rua”, que, de uma maneira muito interessante, estimulava o povo à “cantar” suas opiniões e percepções da realidade.

Em Pernambuco, por exemplo, foi criado o Movimento de Cultura Popular, pelo governo Miguel Arraes, que formava núcleos de alfabetização nas favelas do Recife, enquanto Paulo Freire criava um novo método de alfabetização conhecido hoje como o Método Paulo Freire. Freire lança, inspirados em suas pesquisas, os livros “Pedagogia do oprimido” e “Educação como prática da liberdade”, que causava impacto contra as “infantilizantes” cartilhas e procuravam incentivar a tomada de consciência da situação social vivida pelas populações analfabetas e marginalizadas da população (HOLLANDA, 1990, p.10-11).

Os grupos culturalmente marginalizados

Movimentos nacionalistas emergiam em todo país, que vinham desde o movimento de 1922, com a Semana de Arte Moderna. Na política (HOLLANDA, 1990, p. 11), os nacionalistas, filiados à tradição do gaúcho Getúlio Vargas, que se mostrava sensível às reivindicações populares e, com isso, acabava por favorecer os movimentos de esquerda que emergiam. Notadamente, pode-se citar o Partido Comunista do Brasil (PCB), que influenciava de maneira mais efetiva os movimentos de intelectuais, artistas, estudantis e, principalmente, o movimento sindical do país, cujo ícone desse movimento é o próprio presidente atual do país, que é o resultado de uma época em que o povo queria ver-se representado no poder por um “marginalizado”. Líder sindical, Luis Inácio da Silva, conhecido pelo apelido de Lula, foi perseguido, preso, sofreu como muitos líderes atuantes na época da ditadura e que é a cara do povo brasileiro, hoje, no poder. Lula emerge como a concretização da democracia, da luta do povo pela hegemonia.

O folk-jornalismo

As informações, então, circulam dentro desses ambientes contextuais com todas as suas peculiaridades, ou seja, folkcomunicação é um sistema comunicacional complexo, pois depende de uma série de variáveis de uma determinada realidade e de acesso a outros meios de comunicação, de pessoas que tenham acesso, de alguma maneira, a

líderes de opinião, que são pessoas de prestígio na comunidade, como o padre, por exemplo. E assim, sucessivamente, realiza-se a folkcomunicação. O *folk journalism* aparece na medida em que são utilizadas metalinguagens e metaferramentas para a recodificação da mensagem.

O termo que foi utilizado pela primeira vez por Marques de Melo (Folkcomunicação na Era Digital, on-line, s/pg.), o *folk journalism* é o jornalismo primitivo e popular, realizado a partir da utilização de meios informais de comunicação, gerando um sistema de comunicação popular, de grande poder persuasivo entre as classes subalternas, ou ideologicamente marginalizadas.

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 àquelas difundidas pelos mass media . Por isso mesmo recorria ao arsenal metodológico já testado e aperfeiçoado no estudo de manifestações convencionais do mass-journalism (formatadas de acordo com os canais pós-gutenbergianos). E as transportava para analisar as ricas expressões daquilo que sugeria como integrantes do folk-journalism (veiculadas em canais pré-gutenbergianos ou usando tecnologias tão rudimentares como a prensa de Mogúncia). (MARQUES DE MELO, on-line, s/pp.).

A diferença entre o pensamento beltraniano e de Marques de Melo sobre o jornalismo é que, para Beltrão, o jornalismo sempre existiu, através de agentes folk e de meios informais de comunicação, além da utilização de metaferramentas; para Marques de Melo, no entanto, o jornalismo surge com a prensa de Gutenberg, considerando os quatro requisitos do jornal: periodicidade, atualidade e variedade, ingresso do *fait divers* (RIZZINI, 1968). Assim, o folk jornalismo, para Marques de Melo, é a própria folkcomunicação pré-gutemberguiana. Nessa perspectiva, a obra de Carlos Rizzini, O jornalismo antes da tipografia (1968), é uma obra de referência.

Uma vez que das Efemérides dos gregos só se sabe anunciarem a posição do Sol e as fases da Lua – não passando de almanaques – os *Acta diurna*, *Acta populi*, *Acta urbis* ou *Acta diurna populi* urbana constituem os mais antigos escritos aparentados com o jornal. A princípio os acontecimentos importantes eram publicados em Roma numa tábua branca, Álbum, pendurada o ano todo no muro da residência do grande pontífice. Da sua seqüência resultaram os *Annales* maximi, ponto de partida da história romana. Ao assumir o consulado, em 69 antes de Cristo, alterou Júlio César tão rudimentar meio oficial de informação, determinando fossem diariamente redigidos e publicados os atos do povo e os do Senado (RIZZINI, 1968, p. 4-5).

Entendemos que o objeto de estudo da Folkcomunicação são os meios de produção e difusão simbólica de um povo, além dos elementos do processo comunicacional. Seu objetivo principal é operacionalizar a informação tornando-a acessível a toda a sociedade, averiguando suas linguagens, suas formas de expressão e seus agentes de difusão. Conforme Câmara Cascudo, em Carta a Luiz Beltrão (BENJAMIN, 1998, p. 273-277), “o ex-voto é a voz informativa da cultura coletiva, no tempo e no espaço tão legítima e preciosa como uma parafernália arqueológica”, na medida em que, por trás dessa prática cultural de se levar o ex-voto à igreja, e através dessa representação simbólica do ex-voto, há uma história de sofrimento do povo, que luta pela sobrevivência e, assim, voltamos a idéia de que folkcomunicação é uma comunicação essencial para a subsistência social. Assim, a decodificação das representações simbólicas é essencial para a interpretação das mensagens das práticas culturais.

Considerações finais

Beltrão teve como intenção estudar os processos comunicacionais de uma determinada classe, dos marginalizados, cultural e socialmente. Mas, viu que suas formas de comunicação eram mais conotativas, que denotativas. Talvez pela época de repressão vivida no Brasil e pelas classes populares serem as mais oprimidas no sistema capitalista, além do temor de sofrerem represálias. Então, detectou-se que a forma e a maneira comunicativa da massa eram através de suas práticas culturais, através das representações simbólicas, onde se sentiam livres para transmitir suas idéias e opiniões, visto que somente seriam compreendidos pelos do seu grupo. Os sistemas de códigos utilizados estão sempre direcionados não a todos, mas a um determinado grupo da comunidade. O receptor popular é parte da comunidade. Mesmo que o veículo informacional seja considerado massivo, a informação não o é. Não é de interesse do grupo que todos saibam.

Isso é facilmente percebido nas representações simbólicas. Elas são inteligíveis a um determinado grupo e esse é o objetivo. Não é tornar a informação democrática a todos, mas seletiva àquele grupo. Por isso, a preocupação de Beltrão em sua época e a necessidade dos intelectuais que trabalhavam com folclore, como Florestan Fernandes que elaborou uma sociologia brasileira. Beltrão, como intelectual, percebeu que era necessário um estudo sob a perspectiva da comunicação dessas classes e viu que, na

verdade, os veículos informacionais utilizados eram as práticas culturais, através das representações simbólicas, inteligíveis somente a um grupo seletivo.

Hoje, o papel do folkcomunicação continua sendo o de mediador entre governo e povo, elite e massa; mas o que mudou? Mudou a configuração dessa massa, que hoje consegue saltar da classe obreira à classe dirigente do país. Pesquisar folkcomunicação hoje é entender as mutações pelas quais passaram a sociedade brasileira e a organização da cultura (Gramsci). É preciso que o folkcomunicação seja um facilitador no processo de inteligência de mensagens importantes, que requeiram mudanças de atitude do povo, em comportamentos já cristalizados, como, por exemplo, a vacina contra a gripe H1N1, que os idosos resistem. É preciso aí um jornalismo interpretativo para explicar o que está acontecendo. Continuaremos tratando deste tema nos próximos artigos. **RIF**

Referências

- AMPHILO, Maria Isabel. **Círio de Nazaré: a mídia em prol do desenvolvimento regional**. III Congreso Ibérico De Comunicación, Comunicación Y Desarrollo Cultural En La Península Ibérica Retos De La Sociedad De La Información, Universidad De Sevilla, Sevilla, Noviembre, 2006. <<http://www.hapaxmedia.net/ibercom/pdf/AmphiloRSouzaMarialsabel.pdf>> Acesso em 10 de dezembro de 2009.
- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Ed. Cortez, 1980.
- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: teoria e metodologia**. São Paulo: UESP, 2004.
- BENJAMIN, R. (org.) **Itinerário de Luiz Beltrão**. Perfis Pernambucanos, Recife/PE: AIP/UNICAP, 1998.
- CAPURRO, R. & HJORLAND, B. **O conceito de informação**. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pci/v12n1/11.pdf>. Acesso em 2009.
- CARNEIRO, Edison. **A Dinâmica do Folclore**. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1965.
- GONZÁLEZ, Jorge A. **Más (+) Cultura (s): ensayos sobre realidades plurales**. México: Pensar la cultura, 1994.
- HOLLANDA, Heloísa Buarque. & GONÇALVES, Marcos Augusto. **Cultura e Participação nos anos 60**, 8ª Edição, São Paulo: Ed. Brasiliense, 1990.
- JAKOBSON, Roman. **Linguística e Comunicação**. São Paulo: Cultrix, 1995.

LUYTEN, J. **Sistemas de Comunicação popular**. São Paulo: Ática, 1998.

LUYTEN, Joseph M. Conceitos de Folkcomunicação. In: MARQUES DE MELO, José. (org.) **Mídia e Folclore**: o estudo da folkcomunicação segundo Luiz Beltrão. Maringá/são Paulo/São Bernardo do Campo: Faculdades Maringá/Cátedra UNESCO - UMESP, 2001.

LUYTEN, Joseph M. **Sistemas de Comunicação Popular**. São Paulo: Ática, 1998.

MARQUES DE MELO, José. **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, 2005. Disponível em: <http://www.marquesdemelo.pro.br/textos/textos_recentes/txt_rec_03.htm> Acesso em 20 de janeiro de 2010.

MARQUES DE MELO, José. Difusão dos paradigmas da escola latino-americana de comunicação nas universidades brasileiras. In: **O pensamento latino-americano em Comunicação**. Comunicação & Problemas, Editora IMS: S. Bernardo do Campo, pp. 9-20, 1996.

MARQUES DE MELO, José. **Teoria da Comunicação**: Paradigmas Latino-Americanos, Petrópolis: Vozes, 1998.

MARQUES DE MELO, José. (org). **Mídia e folclore**: o estudo da Folkcomunicação segundo Luiz Beltrão. Maringá/São Bernardo do Campo: Faculdades Maringá/Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação, 2001.

MORAGAS SPA. Miquel. **Teorías de la comunicación**, Barcelona: Gustavo Gili, 1981.

RIZZINI, Carlos. **O jornalismo antes da tipografia**. São Paulo: Cia. Editora Nacional, 1968.