
Grupo de Pesquisa em Folkcomunicação no Congresso Intercom: Reflexões Quantitativas e Qualitativas dos Anos de 2014 a 2018¹

Deivid Mota SANTANA²
Maria Érica de Oliveira LIMA³
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

Resumo

O artigo tem como objetivo analisar, nos últimos cinco anos, no Grupo de Pesquisa (GP) Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade quais pesquisadores na área da teoria da Folkcomunicação participaram do GP como espaço de comutações e visibilidades de suas investigações. O trabalho traz argumentações e discussão qualitativa e quantitativa acerca dos autores que mais contribuíram para o mapeamento, referencial teórico e empírico da Folkcomunicação. Para isso, a pesquisa utiliza base de dados dos anais digitais do Congresso Intercom, reafirmando, assim, a importância do referido documento como fonte primária e acervo para orientação de futuros investigadores. Dessa forma, conclui-se que alguns dos autores mais inteirados já fazem parte do núcleo duro da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom).

Palavras-chave: Comunicação; Folkcomunicação; Rede Folk.

Introdução

A Folkcomunicação é uma área de conhecimento que tem como propósito analisar a comunicação popular e o folclore na disseminação dos meios de comunicação. Embora tenha uma explicação fácil, a Folkcomunicação apresenta significados e histórias mais profundas. Luiz Beltrão de Andrade Lima foi um dos pioneiros a se comprometer com o estudo científico da Comunicação no País. Beltrão nasceu em Olinda, no Pernambuco, e faleceu em Brasília, no Distrito Federal. Foi jornalista, escritor e pesquisador. Inspirado em artigos da revista Comunicações e Problemas de 1965 acerca de documentos deixados por membros de igrejas, Luiz Beltrão se fundamentou em Paul Lazarsfeld, sociólogo americano, para executar seus estudos.

¹ Trabalho apresentado no GP Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo pela UFC, e-mail: deividmota@hotmail.com

³ Doutora em Comunicação Social e professora do Curso de Jornalismo da UFC, e-mail: merical@uol.com.br

Em 1959, logo que relatei os meus estudos sobre a comunicação jornalística, efetuados à base das suas manifestações convencionais, dos seus veículos consagrados - os periódicos, o rádio, a televisão e o cinema - buscando isolar os seus atributos essenciais, caracterizar os seus agentes e apreciar as suas condições filosóficas, senti-me atraído por outros aspectos da difusão de informações e expressão da opinião pública, que escavam à atividade social a que dedicara os meus esforços e indagação científica (BELTRÃO, 1971, p. 11).

Desta forma, iniciou-se a única teoria brasileira da Comunicação. Luiz Beltrão apresenta a Folkcomunicação como uma determinada mensagem, que, mediada pelos meios de comunicação, alcança líderes de opinião. Estes líderes repassam a mensagem através de canais folk, isto é, populares, alcançando pessoas consideradas “marginalizadas socialmente”, tal como as pessoas de um interior afastado, grupos urbanos com baixo poder aquisitivo e/ou aqueles adeptos da contracultura⁴.

A palavra “Folkcomunicação” surgiu da ligação de “folclore” e “comunicação”. Assim, torna-se mais acessível a explicação da origem semântica da palavra. Logo, Folkcomunicação é a comunicação que se dá pelo folclore, por intermédio de artifícios populares. Luiz Beltrão define Folkcomunicação “como o conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios direta e indiretamente ligados ao folclore” (BELTRÃO, 1980, p. 24).

Para o teórico, a transmissão de mensagens não se restringe às redações, televisões e rádios. Portanto, a comunicação não é própria somente às pessoas eruditas. Nesse sentido, as conversas em bar, em salões de beleza e manifestações folclóricas, por exemplo, influenciam a comunicação. Frequentemente, a comunicação é feita por diálogos descompromissados por aqueles que se consideram cultos. Diante disso, os marginalizados, isto é, aqueles que estão à margem, veem-se na necessidade de propagar informações e, assim, usam seus meios disponíveis para isso.

À vista disso, é preciso ter em mente que a mudança cultural leva diretamente às mudanças ocorridas na Folkcomunicação. O pensamento de Luiz Beltrão pode ser exemplificado em manifestações primitivas de comunicação, quando os homens da caverna, na Pré-história, faziam desenhos rupestres em paredes, tetos e/ou em outras superfícies de cavernas e abrigos rochosos.

⁴ Mentalidade dos que rejeitam e/ou questionam valores e práticas culturais dominantes da qual se fazem parte. A contracultura é um movimento que teve auge nos anos de 1960, quando teve um estilo de mobilização e descontentamento social, utilizando os meios de comunicação.

Figura 1 – Uma das pinturas rupestres mais antigas do mundo



Fonte: Divulgação/Luc-Henri Face⁵

Nesse caso, os homens primitivos tentavam se comunicar a fim de criarem sistemas em consonância com sua realidade. Diante disso, a comunicação surge ao passo que uma população precisa se comunicar, mas não é atendida de forma plena pelos canais disponíveis.

1. Folkcomunicação: definição e conceito

A Folkcomunicação é uma forma de troca de informações e manifestações de opinião, pensamentos e atos coletivos por meio de agentes e meios atrelados ao folclore⁶ de forma direta ou indireta (BELTRÃO, 1980). Dessa forma, hoje em dia, a Folkcomunicação assume grande relevância para os estudos da cultura popular e da cultura de massa, uma vez que cruza a tradição popular, fatos históricos e o contexto daquela sociedade. Néstor García Canclini (1983), antropólogo argentino, em sua obra *Culturas populares no capitalismo*, versa que o popular não deve ser apontado como conjunto de peças, como peças de artesanato e danças indígenas, por exemplo. Nesse contexto, o popular deve ser visto como uma posição prática. Para o antropólogo, ele não pode ser retido em um tipo particular de produto e/ou mensagem, já que o significado de ambos é, frequentemente, modificado por conflitos sociais (CANCLINI, 1983). É o uso, a posição e a capacidade de provocar práticas e/ou representações populares que atribuem sua identidade, não sua origem.

A simbologia e a linguagem popular começaram a surgir na seara científica do Brasil a partir de Luiz Beltrão, em 1967, com sua tese acerca da Folkcomunicação,

⁵ Fonte: O Globo. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/sociedade/figura-rupestre-de-animal-mais-antiga-do-mundo-descoberta-em-caverna-na-asia-23223776>. Acesso em: 02 abr. 2019.

⁶ Folclore é um gênero da cultura de origem popular. Representa a identidade social de uma sociedade e/ou comunidade através de elementos culturais que nasceram, de forma individual ou coletiva, e, assim, desenvolveram-se entre as gerações.

proveniente de uma análise da cultura popular do Nordeste brasileiro. Para Beltrão (1980), a Folkcomunicação completa o espaço da comunicação, para além da informação jornalística. Ou seja, a Folkcomunicação atende à educação, à promoção e à diversão das camadas populares de uma sociedade excluída. Por isso, exprime-se em uma linguagem considerada desafiadora para a nova e rigorosa seara de estudos e pesquisas da Semiologia, a ciência dos signos (BELTRÃO, 1980).

O pesquisador brasileiro analisou a comunicação de massa⁷, que não se trata tão somente da comunicação da TV e do rádio, por exemplo, mas também dos gestos e dos símbolos expressos em desenhos nas paredes, frases em para-choques, por exemplo. O autor apresenta meios informais de comunicação, que influenciam na formação da opinião pública e modificam a atitude popular diante de um governo. Exemplo disso são as manifestações sociais e os votos durante uma eleição. Na comunicação interpessoal e grupal, a comunicação informal desempenha grande poder de persuasão.

Na Folkcomunicação, observa-se como se dá a difusão de informações na comunicação popular. Nela, como cada detalhe importa, o todo é bem mais que a soma das partes. Não se pode fazer e estudar comunicação popular unicamente com meios rebuscados e refinados, mas sim com pessoas, animais e produtos. Essa maneira de se comunicar também é importante para se analisar a cultura de algum estado-nação, já que existem expressões que só podem ser percebidas em certos contextos. Por isso, uma língua, por exemplo, deve ser examinada em detrimento do seu espaço social e do seu universo simbólico. Com o advento da Revolução técnico-científico e informacional, característica da Globalização, a Folkcomunicação apresentou mudanças. Apesar disso, ela está em qualquer lugar e, assim, continua a desempenhar papel fundamental na construção da cultura e da formação de uma sociedade.

2. A comunicação dos marginalizados

Os pensamentos de Beltrão estão reproduzidos em trabalhos de seus discentes, fruto de sua vocação enquanto docente. Os sucessores do autor buscam ampliar a relação entre manifestações da cultura popular e a comunicação de massa. Para isso, eles mediam, em suas análises, a manifestação popular na recepção da comunicação de massa. Para Antonio Carlos Hohlfeldt (2002), jornalista e professor universitário, a presença de tradições populares e da informalidade nos processos comunicativos é uma realidade.

⁷ Comunicação de massa faz referência à propagação de informação por meio de jornais, revistas, livros, rádio, televisão, cinema e internet, que formam o sistema denominado “mídia”.

Apesar da modificação de contextos sociopolíticos e de processos comunicacionais, então hegemônicos em regiões interioranas e em certos grupos sociais, é graças ao analfabetismo e à ausência de eletricidade, por exemplo, que estas modificações, hoje, convivem com outras hegemonias, como a comunicação de massa (HOHLFELDT, 2002). Até podem conviver com a *internet* que o estudante utiliza na escola, pois não tem acesso em casa, no trabalho ou no dia a dia. O contexto foi modificado, mas não as manifestações. Elas se tornaram mais amplas. Por exemplo, pode-se citar o Boi de Parintins⁸, massificado e veiculado mundialmente, sobretudo, pela televisão. O Boi faz uso de procedimentos que não são originalmente seus, assim como sua organização, típica de outras manifestações populares.

Figura 2 – Apresentação do Boi Caprichoso



Fonte: Agência Brasil⁹

O estudo da natureza, dos seus elementos e de suas estruturas, dos agentes e dos usuários e dos efeitos da Folkcomunicação é terminantemente necessário no Brasil, sobretudo devido ao alto índice de analfabetos, à disseminação irregular da população e à má distribuição de renda, características de crises institucionais que conduzem à instabilidade sociopolítica (BELTRÃO, 1980). Na Folkcomunicação, embora se utilize modalidades e canais indiretos e industrializados, como a televisão e os jornais, as manifestações são frutos de uma atividade artesanal do agente-comunicador, ao passo que seu processo de difusão se dá de forma horizontal, levando em consideração que os

⁸ O Festival de Parintins é uma festa popular realizada todo ano no último final de semana do mês de julho. O Festival é uma apresentação a céu aberto de diversas manifestações folclóricas, sendo o ponto mais importante do evento a disputa de dois bois.

⁹ Fonte: Agência Brasil. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/cultura/noticia/2017-07/caprichoso-ressalta-origem-do-boi-bumba-amazonico-no-festival-de-parintins>. Acesso em: 02 abr. 2019.

usuários recebem a mensagem por meio de um intermediário próprio em um dos vários estágios de sua propagação (BELTRÃO, 1980).

A recepção sem este intermediário só ocorre quando o destinatário detém os conhecimentos necessários para compreender seu código e sua técnica, tendo a possibilidade de utilizá-lo, no que lhe concerne, em resposta ou na emissão de mensagens autênticas. Dito de outra forma, a Folkcomunicação é, por essência e estrutura, um processo artesanal e horizontal, análogo aos tipos de comunicação interpessoal, uma vez que suas mensagens são produzidas e codificadas em linguagens e canais familiares à audiência, vivencialmente conhecida pelo comunicador, ainda que de forma dispersa (BELTRÃO, 1980).

A influência dos meios de comunicação se dá não de forma direta, mas por meio de grupos compreendidos dentre vários receptores que constituem a audiência, assim como por meio de sua natureza desorganizada. A fonte do problema se dá exatamente em se identificar o número de receptores de uma mensagem massiva, por exemplo, o número de pessoas presentes em uma sessão de cinema. Além disso, existe diversidade entre o público receptor da mensagem massiva, por isso lhes falta experiência comum que condiciona a sintonização entre quem emite a mensagem e quem a recebe (BELTRÃO, 1980).

Diferentemente do processo de comunicação interpessoal e/ou intergrupar direto, a industrialização da mensagem massiva não propicia a instantânea correção ou a capacidade receptiva do sujeito que a consome. Isto o leva, principalmente caso se desconheça a “língua” e se situe em um “universo de discurso” distinto do emissor, a buscar conexão no grupo com o qual se sente familiarizado, seja familiar, ideológico e/ou profissional, por exemplo, para se ter esclarecimento (BELTRÃO, 1980).

No sistema de comunicação social, é comum a sinergia entre os líderes de opinião, autoridades políticas, científicas e/ou econômicas, por exemplo. Na Folkcomunicação, há maior flexibilidade na sua identificação. Ou seja, os líderes agentes-comunicadores de folk, ao que parece, nem sempre são autoridades reconhecidas. Apesar disso, eles têm um tipo de carisma, que atrai leitores, ouvintes, seguidores e admiradores e, por isso, alcançam a posição de conselheiros e/ou orientadores da audiência sem uma consciência plena do papel que exercem (BELTRÃO, 1980).

Entretanto, alguns destes líderes não só possuem convicção de sua posição, como atuam, em algumas ocasiões de forma abusiva, para mantê-la e/ou potencializá-la. De

maneira consciente e em um sentido construtivo, eles desenvolvem sua capacidade de liderança, como fizeram o Padre Cícero¹⁰ e o Frei Damião¹¹; compositores populares como Luiz Gonzaga¹²; jornalistas e radialistas de pequenas emissoras do interior. De maneira oposta, explorando a credulidade pública e seu espírito de luta, falsos religiosos ainda existem, bem como videntes, beatos, médiuns e a grande quantidade de demagogos políticos que, com desvantagem para as comunidades, substituíram em postos de comando municipal os “coronéis”, cuja atuação política-social foi estabelecida na ficção e se tornou menos estudada pelos brasileiros (BELTRÃO, 1980).

A subida até a liderança está associada à credibilidade que o agente-comunicador adquire no seu espaço e à sua habilidade de codificar a mensagem no nível de compreensão da sua audiência. Devido à estrutura social discriminatória mantida no Brasil, a massa do campo, das populações marginalizadas e até das imensas áreas proletárias ou de trabalhadores informais se comunicam por meio de um vocabulário limitado, organizado em significados funcionais próprios desses grupos (BELTRÃO, 1980).

Não se pode esquecer que, enquanto o discurso da comunicação social é dirigido ao mundo, o da Folkcomunicação se destina a um mundo em que palavras, signos, gráficos, linhas, atitudes e formas mantêm relações tênues com a língua, a escrita, a dança, o ritual, a arte plástica, o trabalho, o lazer, a conduta, entre outros. No entanto, o rico sistema contém um traço de universalidade, proveniente de sua fundamentação no folclore, desde que a autêntica cultura popular tem raízes firmemente arraigadas à natureza humana, que suas manifestações parecem vir de uma única semente, independentemente de raças e latitudes (BELTRÃO, 1980).

3. Rede Brasileira de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação (Rede Folkcom)

É sabido que as primeiras pesquisas brasileiras no campo da Comunicação buscaram aporte em conceitos, teorias e reflexões provenientes dos Estados Unidos e de países da Europa Central. Com o surgimento da Escola Hegemônica Latino-americana, a partir de pensadores como Jesús Martín-Barbero, Armand Mattelart, José Marques de

¹⁰ Sacerdote católico brasileiro. É conhecido como Padre Cícero ou Padim Ciço. Carismático, teve muito prestígio e influência sobre a vida social, política e religiosa do Nordeste, sobretudo do Ceará.

¹¹ Frei Damião de Bozzano foi um frade italiano radicado no Brasil. Está em processo de beatificação.

¹² Luiz Gonzaga do Nascimento foi um compositor e cantor brasileiro. Conhecido como o Rei do Baião, foi considerado uma das mais completas, importantes e criativas personalidades da música popular brasileira.

Melo, Luis Ramiro Beltran, Néstor García Canclini, Beatriz Sarlo, entre outros, a realidade midiática e cultural da América Latina passou por transformações.

Neste prisma, encontra-se o jornalista, professor e pesquisador pernambucano, Luiz Beltrão, um dos pioneiros dos estudos em Comunicação no Brasil. Todavia, com a morte de Beltrão em 1986, sua abordagem teórica foi colocada de lado no sentido acadêmico e, somente no final dos anos noventa, o professor José Marques de Melo, então coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo, implanta o projeto da I Conferência Brasileira de Folkcomunicação (Folkcom) e, posteriormente, a criação em 2004, da Rede Brasileira de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação (Rede Folkcom).

A partir daí, a Folkcomunicação ganhou novo impulso e, nas primeiras décadas do século XXI, os pesquisadores reunidos na Rede Folkcom têm demonstrado, sistematicamente, a atualidade do pensamento beltraniano. Além do Brasil, países como Argentina, Colômbia, Chile, México, Portugal e Itália desenvolvem pesquisas com base no pensamento de Luiz Beltrão. Hoje, a Conferência Brasileira de Folkcomunicação reúne pesquisadores, professores, estudantes, comunidade artística e jornalística em torno do estudo da natureza da cultura popular e do processo da comunicação nas manifestações vigentes, identificando os sistemas que as configuram enquanto espaços de diversão cultural e celebração cívica, além de analisar criticamente como a indústria midiática catalisa tais modos de pensar, sentir e agir dos grupos sociais e das comunidades.

4. Evolução da Folkcomunicação

Nos anos 80, as pesquisas comunicacionais brasileiras estiveram dominadas pela síndrome do ideologismo. Nos anos 90, ganharam intensidade os estudos culturalistas, privilegiando os processos de recepção. Nesse sentido, projetaram-se teses latino-americanas das "mediações culturais", "hibridismo e mestiçagem" ou "frentes culturais". Todas fundamentadas em observações que resgatavam o percurso empírico originalmente feito por Luiz Beltrão, embora adotassem terminologia distinta. Pouco a pouco, os pesquisadores das novas gerações "redescobriram" o legado do cientista pernambucano e atualizaram seus postulados e paradigmas.

Assim há uma revitalização da Folkcomunicação enquanto disciplina acadêmica, que já figura como atividade permanente de ensino, pesquisa e extensão em várias universidades brasileiras. Os novos pesquisadores não se limitam a testar os modelos desenvolvidos por Beltrão. Ele privilegiou os autênticos processos folkcomunicacionais,

bem como a folkmídia enquanto recodificadora das mensagens previamente veiculadas pelos *mass media*. Agora, a pesquisa percorre pelo contra fluxo. A Folkcomunicação atua como retroalimentadora das indústrias culturais. Ora pautando matérias jornalísticas, gerando produtos ficcionais, inspirando campanhas publicitárias e de RP ou invadindo os espaços de entretenimento.

Entender os fenômenos midiáticos e sociais a partir do pensamento de Beltrão, que ainda continua atual e pungente, é uma grande descoberta para os estudantes de graduação e de pós-graduação. Além da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação, que organiza encontros nacionais e internacionais, existem outros grupos de pesquisa de importantes sociedades científicas e congressos de comunicação, tais como: 1) Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom); 2) Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação (Alaic); 3) espaço Lusófono da Comunicação (Lusocom); 4) Ibero-americano de Comunicação (Ibercom). Partindo do pressuposto de que a teoria da Folkcomunicação se preocupa com os saberes comunicacionais populares e de grupos marginalizados da sociedade, sua importância ganha relevo no resgate e valorização das identidades culturais regionais e de minorias sociais.

5. GP Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade

A atuação do GP Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade tem como atributo o posicionamento epistêmico, atividades e desempenho que compreendam revelar fenômenos culturais e midiáticos no fazer científico, comprometidos com a formação do investigador de maneira diversa, contemporânea e transformadora para o campo da Comunicação.

As pesquisas de fenômenos culturais e sociais sob o olhar da Folkcomunicação mostram, em sua origem, interesse sobre o potencial político emancipatório das manifestações populares e a contribuição destas para o desenvolvimento das comunidades locais. A sistematização dos estudos nessa área, cujo marco foi a realização da I Folkcom, em 1998, teve o apoio da Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, com sede na Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), como um sinalizador de que a Folkcomunicação tem forte aderência com os estudos acerca do desenvolvimento social, intercultural e diversidade.

Esses estudos, genuinamente brasileiros, buscaram aportes anteriores em conceitos, teorias e reflexões provenientes dos Estados Unidos e de países da Europa

Central. Todavia, com o surgimento da Escola Hegemônica Latino-americana, a partir de pensadores como Juan Díaz Bordenave, Jesús Martín-Barbero, Armand Mattelart, José Marques de Melo, Luis Ramiro Beltran, Néstor García Canclini, Beatriz Sarlo, entre outros, a realidade midiática e cultural da América Latina também foi colocada em análise e, portanto, torna-se emergente estudar a teoria da Folkcomunicação.

Quando se imagina que a Comunicação deve ter como objeto de estudo ou, no mínimo, uma preocupação principal de pesquisas ancoradas nos meios (formais ou instituídos; tradicionais ou novas ferramentas/mídias), nos processos, nos produtos e nas práticas; e que a cultura de massa que envolve essa produção, circulação e consumo dos bens culturais, e também a cultura segmentada, que, para além desses fenômenos, ainda existem outros objetos ou zonas de interfaces que ficam de fora, não sendo contemplados de análise – os objetos invisíveis – eis que deve-se encará-los não apenas como fundamentais, mas como parte central de nossas investigações.

Diante da ampliada gama de possibilidades de se constituir a pesquisa no campo da Comunicação e seus processos, que arregimentam enfoques, metodologias e ênfases tão diversos, a Folkcomunicação vem preencher um espaço importante de produção de conhecimento na área. Tanto porque observa os acontecimentos e fenômenos comunicacionais sob uma ótica própria e específica, como porque se aproxima do nível local e regional – não somente – permitindo abrir espaços de discussão de ações e práticas comunicacionais, envolvendo, assim, negociações, apropriações e usos das tecnologias da comunicação por grupos midiáticos, representantes e manifestações da cultura popular, revelando diversidades e interculturalidades.

6. Prioridade da coordenação do Grupo de Pesquisa

- a) Trabalhos inéditos resultantes de pesquisa científica consistente e pluralidade dos fenômenos seguindo a ementa do GP;
- b) Presença do comitê científico para avaliação dos textos organizados pela coordenação e vice-coordenação do GP a um conjunto de pesquisadores doutores convidados, de distintas partes do Brasil e instituições, que garantam, no mínimo, dois pareceres no formato *blind review*;
- c) A disponibilização dos pareceres detalhados aos autores e que não tiveram os papers aprovados;
- d) A qualidade das reflexões e relevância dos textos conforme definida pela ementa;

-
- e) A diversificação e ampliação progressiva da representatividade regional dos participantes no tocante a presença institucional, pautadas pelos critérios de qualidade científica;
 - f) Distribuição com antecedência dos artigos que serão apresentados para os participantes do GP, a fim de aperfeiçoar as trocas do pensamento científico;
 - g) Divulgar, nas listas da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação, chamada do Congresso nacional da Intercom, valorizando o GP;
 - h) Incentivar e propagar a Revista Internacional de Folkcomunicação como extensão editorial e espaço para vazão das discussões que foram apresentadas e levantadas no Congresso Intercom;
 - i) Pensar em uma produção audiovisual (vídeos ou *podcasts*) que introduza a cobertura das atividades do GP de Folkcomunicação.

7. Procedimentos metodológicos

A análise realizada neste trabalho pode ser considerada objetiva do tipo exploratório. Isso porque o artigo proporciona uma maior familiarização entre os autores e a temática abordada, tendo em vista ela ser pouco comum e/ou pouco abordada. Quanto à metodologia, o trabalho optou pelo método indutivo (BACON, 2000). Essa escolha se justifica, haja vista o método possibilitar que o tema parta de verdades menores para generalizações. Enquanto procedimento, a análise é feita através de observação indireta, a julgar pela necessidade de se recorrer a registros de outros estudos.

Além disso, foram contabilizados quantos autores apresentaram trabalho no Grupo de Pesquisa - Folkcomunicação de 2014 a 2018. Para isso, foi necessário ir aos anais dos referidos congressos e contar quantos autores estiveram presentes neste grupo de pesquisa. Ao total, cem autores submeteram artigo, seja de forma individual, seja de forma coletiva. Todos os artigos foram abertos individualmente, a fim de considerar co-autores também na análise.

8. Análise dos dados e discussão dos resultados

O Grupo de Pesquisa (GP) Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade está inserido na Divisão Temática 6 - Interfaces Comunicacionais, que versa sobre os processos e as práticas comunicacionais em sua interconexão com outras áreas de estudos e/ou de conhecimento. Nesse sentido, o GP Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade trata dos processos comunicacionais presentes nas dinâmicas da cultura, a partir das manifestações populares e suas práticas, ativismo e agentes intermediários de

comunicação, as pautas da comunicação que dialogam com políticas culturais e as indústrias culturais, entre outros. O GP tem como coordenadora a doutora em Comunicação Social, Maria Érica de Oliveira Lima, da Universidade Federal do Ceará (UFC) e como vice-coordenador o doutor em Comunicação Social, Iury Parente Aragão, da Universidade do Estado da Bahia (Uneb).

Tabela 1 – Lista dos autores que apresentaram mais de um trabalho no GP de 2014 a 2018

Autor (a)	Origem	2018	2017	2016	2015	2014	Total de artigos apresentados
Aline Wendpap Nunes de Siqueira	MT	1	1	-	-	-	2
Andriolli de Brites da Costa	RS	-	1	1	1	-	3
Beatriz Dornelles	RS	1	-	-	-	1	2
Betania Maciel	PE	-	-	-	2	1	3
Cristian Rogério Moroni	SP	1	1	-	-	-	2
Cristina Schmidt Silva Portéro	SP	-	1	1	1	1	4
Eliane Penha Mergulhão Dias	SP	-	-	1	1	1	3
Francinete Louseiro de Almeida	RS	1	1	-	1	-	3
Genivalda Cândido da Silva	BA	-	-	-	1	1	2
Irenilda de Souza Lima	PE	-	-	1	2	-	3
Isabella Pichiguelli	SP	-	1	1	-	-	2
Isadora Ortiz de Camargo	PR	-	-	1	1	-	2
João Gabriel da Silva Brito	PE	-	-	-	2	-	2
John Willian Lopes	RN	-	-	1	1	-	2
Joilson Francisco da Conceição	MT	1	1	-	-	-	2
Karina Janz Woitowicz	PR	-	1	1	2	1	5
Letícia Monteiro Rocha	MS	-	1	1	-	-	2
Luiz Carlos Rodrigues	SP	1	1	-	-	-	2
Marcelo Pires de Oliveira	BA	-	1	-	-	1	2
Marcelo Sabbatini	PE	-	-	-	1	1	2
Maria Érica de Oliveira Lima	CE	2	-	1	1	-	4
Maria Isabel Amphilo	SP	-	1	-	1	-	2
Míriam Cristina Carlos Silva	SP	-	1	1	-	-	2
Sérgio Luiz Gadini	PR	1	-	1	1	1	4
Thífani Postali	SP	1	1	1	-	-	3
Yuji Gushiken	MT	-	1	-	1	1	3

Fonte: Elaborado pelo autor¹³

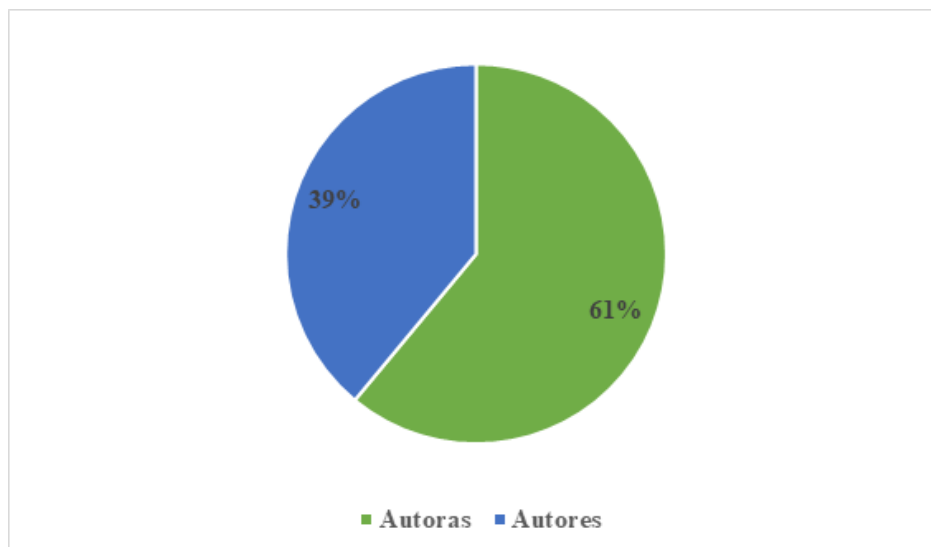
Os dados acima são referentes aos vinte e seis autores que apresentaram dois ou mais artigos no GP Folkcomunicação entre os anos de 2014 a 2018. Ao total, foram contabilizados cem autores ao longo deste período de abordagem. Ou seja, nos últimos cinco anos, cem autores apresentaram trabalhos acadêmicos no Grupo de Pesquisa em Folkcomunicação. Destes cem, apenas 26 apresentaram mais de um artigo. Ou seja, 74

¹³ Fonte: Portal Intercom. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/eventos1/gps1/folkcomunicacao-midia-e-interculturalidade>. Acesso em: 02 abr. 2019.

autores apresentaram somente um artigo para o referido GP. A tabela acima exhibe o nome dos pesquisadores, seus estados de origem, quando apresentaram os artigos e, por fim, o total de trabalhos apresentados. Os autores foram colocados em ordem alfabética para fins de organização e localização.

Todos estes referidos autores tiveram seus artigos abertos manualmente para identificar a sua origem, isto é, seu estado e sua instituição de ensino. O período de abordagem de cinco anos se justifica pela necessidade de analisar, de forma clara e objetiva, a quantidade de autores participantes de um grupo de pesquisa relativamente novo e importante para o estudo das culturas populares no Brasil. É preciso ressaltar que eventuais falhas e erros na contabilização podem ter ocorrido durante a escrita deste trabalho. Diante disso, caso sejam identificadas eventuais incoerências na apuração, solicita-se que os interessados entrem em contato com os autores do artigo. De antemão, todos estão suscetíveis a falhas. Portanto, o trabalho em mãos lida com generalizações.

Gráfico 1 – Perfil dos autores que apresentaram mais de um trabalho no GP de 2014 a 2018



Fonte: Elaborado pelo autor¹⁴

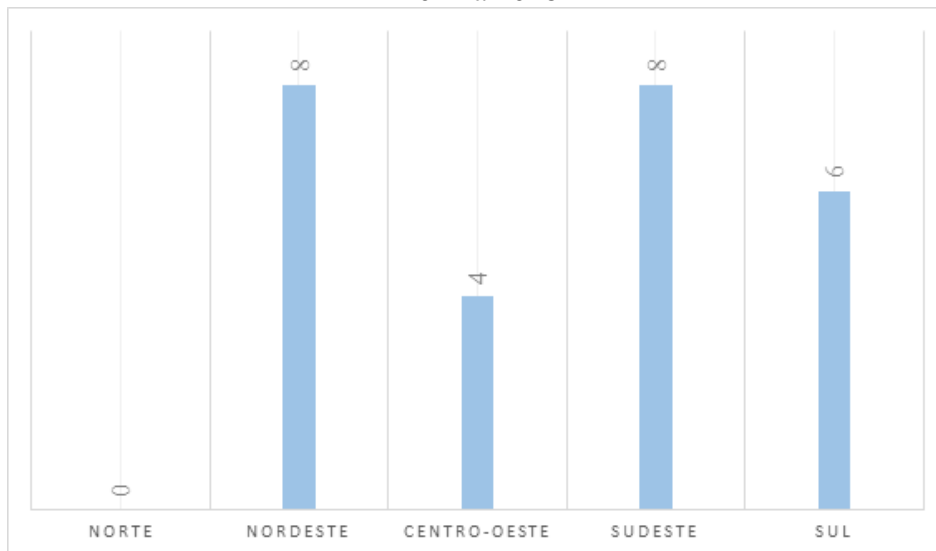
Os dados acima são referentes aos autores que apresentaram mais de um trabalho acadêmico no GP Folkcomunicação entre os anos de 2014 a 2018, isto é, 26 pesquisadores. Dos 100 pesquisadores que apresentaram trabalhos durante o período de 2014 a 2018, apenas 26 deles apresentaram dois ou mais artigos. Dessa forma, destes 26

¹⁴ Fonte: Portal Intercom. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/eventos1/gps1/folkcomunicacao-midia-e-interculturalidade>. Acesso em: 02 abr. 2019.

pesquisadores, 16 são mulheres; 10, homens. Os resultados, apresentados no gráfico 1, mostram que 61% (cor verde) dos participantes do GP Folkcomunicação são do sexo feminino, o que sugere a feminilização da referida temática no Congresso Nacional do Intercom durante o período de abordagem informado.

Nesse sentido, os homens representam apenas 39% (cor azul) de trabalhos submetidos no referido congresso entre os autores que mais publicaram trabalhos durante o período de análise. Corrobora-se, assim, que o Brasil é o país ibero-americano com a maior porcentagem de artigos científicos assinados por mulheres, seja como autora principal ou como co-autora, segundo a Organização dos Estados Ibero-americanos (OEI)¹⁵

Gráfico 2 – Região dos autores que apresentaram mais de um trabalho no GP de 2014 a 2018



Fonte: Elaborado pelo autor¹⁶

Os resultados, apresentados no gráfico 2, mostram que 30% dos participantes que apresentaram mais de um trabalho acadêmico no GP Folkcomunicação entre os anos de 2014 a 2018 são da região Nordeste (8 pesquisadores). A região Sudeste (Minas Gerais, Espírito Santo, São Paulo e Rio de Janeiro) também representa 30% dos 26 pesquisadores em destaque, ou seja, 8 dos 26 pesquisadores são desta Região. A região Centro-Oeste representa 16%, ou seja, 4 dos 26 estudiosos são de Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e/ou Goiás. Destes 26 pesquisadores em destaque - pois apresentaram mais de um

¹⁵ Disponível em: <https://www.jmais.com.br/mulheres-assinam-72-dos-artigos-cientificos-publicados-pelo-brasil/>. Acesso em 02 abr. 2019.

¹⁶ Fonte: Portal Intercom. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/eventos1/gps1/folkcomunicao-midia-e-interculturalidade>. Acesso em: 02 abr. 2019.

trabalho no GP Folkcomunicação entre os anos de 2014 a 2018 - nenhum é proveniente da região Norte. Isto quer dizer que nenhum dos autores em destaque são do Acre, Amazonas, Rondônia, Pará, Roraima, Amapá e/ou do Tocantins.

Figura 3 – Nuvem de palavras-chave mais utilizadas pelos autores destaques entre os anos de 2014 e 2018



Fonte: Elaborado pelo autor¹⁷

Os resultados, apresentados na figura 3, mostram as palavras-chaves mais utilizadas pelos 26 autores destaques nos seus artigos mais recentes. Portanto, caso um (a) pesquisador (a) tenha apresentado dois ou mais artigos entre 2014 e 2018, levou-se em consideração o seu artigo mais recente na contabilização das palavras-chave. Assim, ao total, foram contabilizadas 109 palavras-chaves. As mais usadas foram: “Folkcomunicação”, “Audiovisual”, “Interatividade”, “Lambado”, “Festa”, “Ritual”, “Ex-voto”, “Geração alfa” e “Mito”. A nuvem de palavras representa termos utilizados em um determinado contexto. Cada palavra tem seu tamanho regido pela relevância em determinado corpus do discurso e/ou texto. Portanto, uma palavra citada cem vezes, por exemplo, vai ter um tamanho proporcionalmente superior à de uma palavra citada cinco vezes.

Considerações finais

Com este artigo, buscou-se abordar os principais conceitos de Folkcomunicação. A existência da única teoria genuinamente brasileira já data de alguns anos, porém seu entendimento ainda permanece desconhecido e oculto entre as ciências humanas. Dessa

¹⁷ Fonte: Portal Intercom. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/eventos1/gps1/folkcomunicao-midia-e-interculturalidade>. Acesso em: 02 abr. 2019.

forma, a definição, a relevância e a influência da Folkcomunicação tornaram-se mais claras. Com o trabalho, pôde-se compreender a necessidade de estudos sobre costume de populações ditas isoladas e/ou marginalizadas, uma vez que elas constituem o folclore e, a posteriori, vão adaptá-lo à suas realidades.

O artigo teve como objetivo certificar, nos últimos cinco anos, no Grupo de Pesquisa (GP) Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom – recolha dos pesquisadores na área da teoria Folkcomunicação, Mídia e manifestações da Cultura Popular que participaram do GP como espaço de comutações e visibilidades de suas investigações. Traz argumentações conceituais sobre a Folkcomunicação e discussão de cunho qualitativo e quantitativo sobre os autores que mais contribuíram para o mapeamento, referencial teórico e empírico da Folkcomunicação, da Cultura e da Mídia.

A pesquisa utilizou a base de dados dos anais digitais do Portal Intercom, corroborando, assim, a relevância do referido documento como fonte primária e acervo para orientação de futuros investigadores. Conclui-se que autores (as) mais inteirados (as) já fazem parte do núcleo duro da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom). Além disso, verificou-se a participação de estudantes de graduação e de pós-graduação com seus respectivos orientadores, cujas averiguações resultam em trabalhos de conclusão de curso, mestrado e doutorado.

Por fim, observou-se e constatou-se, pelo levantamento, que há pesquisadores de, praticamente, todo o Brasil, cuja concentração se encontra nas regiões Nordeste e Sudeste, destacando-se também a presença do interior do país. O GP de Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade é um local expressivo e considerável, pois atinge ainda mais novos e outros investigantes que não circulam nos congressos promovidos pela Rede Folkcom.

Referências

- BACON, F. **Novum Organum**. Trad. e notas de José Aluysio Reis de Andrade. SP: Nova Cultural, 2000.
- BELTRÃO, Luiz. **Comunicação e folclore**. São Paulo: Melhoramentos, 1971.
- _____, Luiz. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.
- CANCLINI, N. G. **Culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- HOHLFELDT, Antonio. **Novas tendências nas pesquisas da folkcomunicação: pesquisas acadêmicas se aproximam dos estudos culturais – comunicação apresentada no Núcleo de Pesquisas sobre Folkcomunicação, no âmbito da XXV Intercom, Salvador, 1 a 5 de setembro de 2002**.