

## **A pesquisa sobre Folkcomunicação na pós-graduação (2000-2020)<sup>1</sup>**

Flávio Menezes SANTANA<sup>2</sup>

Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP

Guilherme Moreira FERNANDES<sup>3</sup>

Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Cachoeira, BA

### **RESUMO**

Este artigo aponta os primeiros resultados de uma pesquisa maior que objetiva mapear as pesquisas em Folkcomunicação sob a perspectiva da “Nova abrangência da Folkcomunicação” apontada por Benjamin como forma de perceber se o mapa apresentado no final dos anos 1990 se mantém atual. Nessa fase analisamos as teses e dissertações disponíveis na plataforma Sucupira, mantida pela Capes. Realizamos uma análise quanto-qualitativa com base nos resumos, investigando os objetos empíricos e sua articulação com a teoria beltraniana. Percebemos que gradativamente as interfaces entre a cultura popular e a midiática têm ganhando mais interpretes, embora os objetos tradicionais continuem a ser pesquisado.

**PALAVRAS-CHAVE:** Folkcomunicação; Pós-graduação; Pesquisa; Folkmídia.

### **INTRODUÇÃO**

A idealização da Folkcomunicação está atrelada a década de 1960, em um cenário de constantes mutações, com a Revolução Industrial Brasileira quando, de fato, o Brasil alcança um alto nível de industrialização (BRESSER-PEREIRA, 2003), mas grande parte da população vivia marginalizada em condições precárias, exploradas pelas classes dominantes e discriminadas pelo seu baixo nível habitacional e sua localização (CARDOSO, 1979).

Já na década de 1970, iniciavam pesquisas latino-americanas da comunicação e como Eduardo Amaral Gurgel (2014, p. 138) esclarece “os pesquisadores do campo científico da comunicação foram instigados a investigar, compreender e formular teorias da comunicação para suprir os interesses da sociedade em constante mutação”. Construía-

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp); Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Tiradentes (Unit); Diretor financeiro (gestão 2019/2021) da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom), e-mail: ms.flaviosantana@hotmail.com.

<sup>3</sup> Professor adjunto do Centro de Artes, Humanidades e Letras e professor permanente do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia. Doutor em Comunicação e Cultura pela ECO/UFRJ. Presidente da Rede Folkcom. E-mail: guilherme.fernandes@ufrb.edu.br.

---

se, portanto, uma visão contra-hegemônica no campo comunicacional que, mesmo sob a influência da produção dos Estados Unidos e a Europa, se tornou fundamental para o desenvolvimento de pesquisas na América Latina (GURGEL, 2014).

Luiz Beltrão (2014) ressalta que essa realidade possibilitou que se destacasse ainda mais as distinções entre a classe dominante elitizadas, detentoras dos meios de produção, e a classe popular, compostas por uma população rural e urbana marginalizada. Além do mais, o acesso aos veículos de comunicação da época estava estreitamente associado a capacidade aquisitiva ou a distribuição do produto social e, ao mesmo tempo, eram controlados pelas elites, pertencentes tanto a grupos econômicos como grupos políticos, que detêm o poder (MARQUES DE MELO, 1975).

Percebia-se, então, que a grande massa da população não assimilava o conteúdo das mensagens jornalísticas/informativas, o seu retorno era insuficiente para esclarecer o quanto o jornal intermediava a relação comunicador-receptor. O povo, excluído e a margem, construía suas próprias formas de comunicar, e inseria em seus métodos comunicativos artesanais (canais) suas vivências, fundamentadas em linguagem comum.

Se tais constatações apocalípticas são feitas quanto aos países líderes do desenvolvimento, afigura-se-nos de muito maior importância que no Brasil, e geralmente nos países latino-americanos, como nas novas nações africanas e orientais, se intente a investigação das formas de expressão e dos meios de comunicação de que se vale o povo para impor, às vezes de um modo inesperado, palpável, o seu pensamento e a sua vontade (BELTRÃO, 1980, p. 19).

Em razão disso, compreendemos que o folclore (na visão de Edison Carneiro, ou seja, como processo dinâmico feito e atualizado pelo povo) exerce papel fundamental em meio a cultura popular, e configura-se como forma de representação de seu povo que proporciona aos membros das comunidades um meio de expressão de ideias e manifestação de opinião. A folkcomunicação, portanto, deve averiguar o que comunica essa produção simbólica, o que quer comunicar esse sujeito, a partir de seu lugar social e seu caráter disseminador que garante uma comunicação efetiva e redirecionada para a sua realidade (BELTRÃO, 2014). Seu discurso caracteriza-se pelo olhar contra-hegemônico concretizado pela luta em fazer ouvir sua voz e suas reivindicações, em prol do bem comum, um objeto já estudado por antropólogos, sociólogos e folcloristas, mas descuidado pelos comunicólogos (MARQUES DE MELO, 2003).

---

Marques de Melo (1998) justifica que no Brasil os estudos e as pesquisas sobre os processos de comunicação passaram por alguns entraves para se legitimar, devido a algumas ocorrências no decorrer da sua história. Segundo o autor, mesmo que a pesquisa em comunicação social tenha ganhado legitimidade acadêmica, a mesma não alcançou o estímulo financeiro e institucional que outros ramos das Ciências Humanas. Nesse processo, as universidades se dedicam apenas ao ensino e a transmissão de conhecimento e a pesquisa ficou sob responsabilidade dos centros de Pós-Graduação.

O estudo em folkcomunicação foi difundido especialmente após a publicação de “Comunicação e Folclore”, em 1971, e a pesquisa, em nível de pós-graduação, na década seguinte, sobretudo quando Beltrão (1980) tensiona os sistemas de comunicação cultural (comunicação social [massivo] e Folkcomunicação [grupal])<sup>4</sup>. No entanto, após o falecimento de Luiz Beltrão, em 1986, as pesquisas se limitaram, sobretudo, às ações de Roberto Benjamin. Em 1998, com a Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, localizada na Universidade Metodista de São Paulo, em São Bernardo do Campo, liderada por José Marques de Melo, que as pesquisas em folkcomunicação ganharam força já no início do novo milênio, descortinando novos problemas, objetos e abordagens (FERNANDES, 2019).

Por considerar todo o histórico de formulação, desenvolvimento e difusão da folkcomunicação, propomos no presente estudo avaliar quali-quantitativamente as produções de dissertações e teses produzidos nos programas de pós-graduação brasileiros desde o início deste século. Recorremos a uma busca no Portal Sucupira, da Plataforma Sucupira, base de referência do Sistema Nacional de Pós-Graduação (SNPG), mantida pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

A importância deste trabalho parte de respaldar a importância da folkcomunicação e das atualizações do arsenal teórico-metodológico no século XXI, em pensar os espaços marginalizados frente ao pensamento científico colonial no âmbito da cultura e da comunicação, na isenção dos estudos voltados as manifestações tradicionais locais e regionais, impostos pela ciência moderna. Além de reconhecer a pluralidade social no acréscimo e na aceitação de outras visões teórico-metodológicas, no processo de geração de conhecimento e de agregação de valor acadêmico e científico social às Ciências da Comunicação.

---

<sup>4</sup> Sobre esse período, detalhamos melhor em Fernandes e Santana (2020).

## O DESENVOLVIMENTO DA FOLKCOMUNICAÇÃO NO SÉCULO XXI

O cruzamento entre o popular e o moderno tem feito com que a Folkcomunicação expandisse seus objetos de análise e pudesse enxergar como se estabelecem e as interações simbólicas, a partir de uma apropriação cultural dos conteúdos, de caráter popular, nos meios de comunicação de massa. Trata-se de buscar entendê-la não só como as comunidades populares introduzem aspectos da cultura de massa em suas identidades, mas também como a mídia se abastece das expressões culturais populares no processo de comunicação ortodoxo, o que Marques de Melo (2008) enxerga como natural.

Neste sentido é interesse agora entender o processo de metamorfose<sup>5</sup> dos estudos da Folkcomunicação, a fim de apontar como Luiz Beltrão (1980, 2014) conseguiu identificar a influência e a apropriação do folclore na comunicação de massa no decorrer dos seus estudos e como suas bases teóricas abriram brechas para expandir os olhares da nova geração de pesquisadores. O próprio Beltrão (1987), elucidou em entrevista à Revista Intercom<sup>6</sup> que seu trabalho ainda detinha de algumas questões não fechadas e que essa responsabilidade caberia aos próximos estudiosos que se propusessem a levá-la adiante.

Ainda nos anos 1980 a noção de folkmídia começou a permear os estudos de Folkcomunicação, ou seja, pesquisas que buscam perceber a presença da cultura popular e marginal na mídia de massa, bem como a presença da mídia de massa em elementos reconfigurados da cultura popular e marginal. Um bom exemplo é o título da edição de nº 5 dos “Cadernos Intercom”: “Carnaval Brasileiro: Comunicação de Massa ou Folkcomunicação” publicado em julho de 1983. A edição consta cinco textos, entre eles “O carnaval do Nordeste na encruzilhada da folkcomunicação e da comunicação de massa” de Roberto Benjamin<sup>7</sup>, possivelmente o primeiro estudo empírico dessa linha de pesquisa. Neste período, Benjamin já havia criado o Mestrado em Administração Rural e Comunicação Rural na Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE) e a Folkcomunicação fazia parte dos componentes curriculares. Nesse programa, se formaram importantes pesquisadores das Ciências da Comunicação. No âmbito da

<sup>5</sup> Nos referimos a metamorfose como o processo de transformação e mudança dos olhares da folkcomunicação a partir dos estudiosos seguidores de Luiz Beltrão, no final da década de 1990.

<sup>6</sup> Luiz Beltrão: a folkcomunicação não é uma comunicação classista (entrevista). Revista Brasileira de Comunicação, Ano X, n. 57, São Paulo, INTERCOM, 1987.

<sup>7</sup> Este texto faz parte da coletânea organizada por Fernandes et al. (2017).

Folkcomunicação, temos com destaques, desse período, as dissertações: 1) “A influência do rádio na dinâmica cultural das cantorias no estado da Paraíba”, de Luiz Custódio da Silva (1983); 2) “O folgado popular como veículo da comunicação rural: um estudo de um grupo de cavalo marinho” de Edval Marinho Araújo (1985); 3) “A TV Globo em duas comunidades rurais da Paraíba”, de Osvaldo Meira Trigueiro (1987); 4) “O cordel na estratégia de comunicação da difusão de inovações tecnológicas para o setor rural”, de Alda M. Siqueira Bastos (1993); 5) “Estudo comunicacional do ritual indígena: O Menino do Rancho dos índios Pankararu”, de Betania Maciel (1994); e 6) “Agremiações carnavalescas empresariais: uma estratégia de comunicação organizacional”, de Severino Alves de Lucena Filho (1998).

Nota-se que das três dissertações defendidas na década de 1980 cada uma delas retrata um aspecto diferente da abrangência da Folkcomunicação. Araújo traz a vertente tradicional, do uso de um canal eminentemente popular (o folgado), Silva já mostra como um veículo massivo modificou formas de expressão popular (cantorias) e Trigueiro trabalha a perspectiva da mediação familiar na recepção televisiva (à época, antecipando-se às conclusões de Martín-Barbero) valendo-se da observação participante e de outras técnicas qualitativas. A dissertação de Trigueiro é absolutamente pioneira nos estudos de recepção na perspectiva dos usos sociais dos meios. Enfim, a produção científica demonstrava que para além do processo artesanal e horizontal, a Folkcomunicação se mostra importante e necessária para diversos aspectos, efeitos e influências dos meios massivos.

Durante esse período, as pesquisas em Folkcomunicação se concentravam em ambas as perspectivas, ou seja, o estudo da forma horizontal e artesanal e também as múltiplas influências dos meios massivos, tanto na reprodução de traços da cultura popular, como a cultura popular observando aspectos da mídia de massa. Embora exista evidência de estudos de folkmídia desde o início dos anos 1980, a teorização conceitual aconteceu posteriormente.

Roberto Benjamin (2000, 2017) formula uma nova abrangência estruturada em seis tópicos<sup>8</sup> e abre a possibilidade de novas maneiras de pensar a teoria. O pesquisador

---

<sup>8</sup> 1. A comunicação (interpessoal e grupal) ocorrente na cultura folk; 2. A mediação dos canais folk para a recepção da comunicação de massas; 3. A apropriação de tecnologias da comunicação de massas e o uso dos canais massivos por portadores da cultura folk; 4. A presença de traços da cultura de massas absorvidos pela cultura folk; 5. A apropriação de elementos da cultura folk pela cultura de massa e pela cultura erudita (projeção do folclore); 6. A recepção na cultura folk de elementos de sua própria cultura reprocessadas pela cultura de massa (BENJAMIN, 2017, p. 68).

---

esclarece que alguns dos grupos classificados por Beltrão (1980) sobrevivem, como é o caso dos messiânicos, mas outros se adaptaram à sociedade de consumo, por considerar que estes se integram a cultura de massa e utilizam os grandes meios de comunicação, os quais detêm a posse. Além disso, o processo de redemocratização do Brasil reverteu a tendência de isolamentos dos grupos políticos e eróticos pornográficos.

Essas intervenções de Benjamin (2000, 2017) justificam as novas possibilidades de enxergar a teoria beltraniana no adentrar do século XXI, que buscaram entender a relação entre a cultura folk e a cultura de massa por levantar aspectos empíricos que justificam o uso do termo "folk media" como um processo de comunicação dentro das atividades populares. Essa perspectiva partiu dos métodos de comunicação popular e referiu-se a um tipo de narrativa no repertório de uma comunidade como uma versão adaptada à sua cultura, a partir dos seus próprios valores. Diante disso, a influência da mídia nas ações da cultura popular se estabelece na inserção de alguns elementos da cultura de massa em seus contextos.

Contudo, Luyten (2006) encarou a "Folkmídia" como sinônimo de folkcomunicação e reinterpreto o conceito como "as apropriações dos veículos de massa de elementos folkcomunicacionais" (FERNANDES, 2013, p. 911), referência mais adequada aos entendimentos da disciplina ao se pensar a cultura popular e o folclore processados pela indústria cultural.

Segundo ele "a mídia vem representando, no plano nacional, um fator de estímulo ao fortalecimento da cultura popular, coexistindo dinamicamente com a cultura erudita e a cultura massiva" (LUYTEN, 2006, p. 44). A Folkmídia, portanto, se caracteriza como o processo de veiculação da cultura popular na mídia, especificamente na televisão, já que

a palavra mídia (ou "media") significa "meios", isto é, meios, sistemas de comunicação de massa e folk [...] julgamos conveniente destacar o termo folkmídia como significativo de utilização de elementos folkcomunicacionais pelos sistemas de comunicação de massa (LUYTEN, 2006, p. 47).

Nesta mesma perspectiva, Marques de Melo (2008) definiu o jornalismo como um dos meios que se abastecem da cultura popular, ao inserir vivências tradicionais como suas fontes e as converter em notícia devido ao seu caráter "inusitado, pitoresco ou

---

sentimental”. Consideramos que o jornalismo, a partir da indústria cultural, se modifica, deixa de falar a cultura como agente social, e passa a trabalhá-la como entretenimento em um processo puramente de lazer.

Dentro dessa perspectiva, entendemos que o processo de globalização demonstrou que como nunca o popular ganhou difusão ao se adaptar a uma dupla estratégia. Mantêm suas funções tradicionais e, ao mesmo tempo, desenvolvem outras modernas, na atração de turistas. Em outras palavras, as tradições oferecem um produto que os bens industriais não podem ofertar de igual forma (BENJAMIN, 2004).

Dentro desta perspectiva, Severino Lucena Filho (2007) observa com a evolução dos mercados, estratégias de marketing se utilizam dos processos culturais em uma troca de interesses. No contexto da comunicação organizacional, a folkcomunicação visualiza que as manifestações da cultura popular atuam como mediação/decodificação e conseqüentemente se reconfiguram.

Em um dos seus primeiros estudos, Lucena Filho (2004, p. 60) reconhece o folkmarketing a partir da nova abrangência da folkcomunicação “como uma nova estratégia comunicacional cujo suporte simbólico na gestão do processo de comunicação reside na apropriação dos elementos da cultura folk pela cultura de massas e pela cultura erudita”. Folkmarketing, em suas palavras,

é uma modalidade comunicacional, com base nas matrizes teóricas da teoria da folkcomunicação e do marketing, estrategicamente adotada pelos gestores comunicacionais dos mercados regionais, apresentando como característica diferenciada a apropriação das expressões simbólicas da cultura popular, no seu processo constitutivo, por parte das instituições públicas e privadas, com objetivos mercadológicos e institucional (LUCENA FILHO, 2012, p. 35).

Neste mesmo cenário, o desenvolvimento do mercado turístico e o aumento do fluxo de viagens e deslocamentos, com vendas de serviços aliadas aos meios de comunicação, a cultura popular se torna fator de interesse para a atração turística o desenvolvimento local e/ou regional. Por este ponto de vista, denomina-se folkturismo a nova abordagem da folkcomunicação que visualiza a cultura popular como mercadoria nas estratégias turismo sem perder seus aspectos tradicionais, sua capacidade criativa e seu cheiro de gente (LUCENA FILHO, 2003, SANTANA; LUCENA FILHO, 2018). Isto é, “a relação folclore – turismo passa a integrar a dinâmica das vivências do turismo popular no contexto da vida social. A comunicação ocorre através de um sistema simbólico, produzindo a interação social (LUCENA FILHO, 2003, p. 115).

---

Algumas das noções de folkturismo foram desenvolvidas por Roberto Benjamin (2000; 2004) e trazem duas perspectivas que ajudam a entender a relação do folclore com o mercado de turismo. Em suma, o folkturismo entende a comercialização turística como um mecanismo que atua na difusão das manifestações da cultura popular e, portanto, a estimular seus praticantes e perpetuar suas tradições. Deste modo, esta articulação serve de base para preservar o conhecimento popular e incluí-los em políticas públicas articuladas ao desenvolvimento local (SANTANA; LUCENA FILHO, 2018).

Na mesma lógica, por considerar que o cenário globalizado de constantes interações dos meios de comunicação com a recepção se reflete nas relações sociais cotidianas das pessoas e dos grupos, Osvaldo Trigueiro (2008) entende que os estudos de recepção se tornaram ainda mais complexos. Diante de uma recepção ativa que constantemente questiona as mensagens da mídia de massa e utiliza estratégias de leitura dos bens simbólicos e no uso dos bens materiais, visualiza-se um campo de constantes negociações.

É por esse ponto de vista que Trigueiro (2008) reinterpreta a figura do mediador cultural (ou líder folk) e demonstra que esse indivíduo não tem somente um papel ativo no processo comunicacional a partir de uma ótica dos estudos culturais latino-americanos, como é um intermediário cognitivo entre os produtores de cultura e os consumidores. É o sujeito responsável pela incorporação de produtos midiáticos na cotidianidade, avanços, renovações e transformações do saber popular, motivado por interesses individuais e coletivos.

É um narrador da cotidianidade, guardião da memória e da identidade local, reconhecido como porta-voz do seu grupo social e transita entre as práticas tradicionais e modernas, apropria-se das novas tecnologias de comunicação para fazer circular as narrativas populares nas redes globais (TRIGUEIRO, 2008, p. 48).

De acordo com Trigueiro (2008), no ambiente globalizado muitos dos intermediários concebidos por Beltrão (chofer de caminhão, caixeiro viajante, ambulantes, ciganos etc.) já não têm tanta importância para o sistema folkcomunicação, visto que os moradores de pequenas cidades e distantes municípios brasileiros têm acesso à televisão, telefone fixo, rádio, internet, entre outros veículos de informação.

Outras contribuições não menos importantes e que não poderiam deixar de ser mencionadas é o trabalho de José Marques de Melo na “tentativa de classificação” da Folkcomunicação em gêneros e, esses, subdivididos em formatos e tipos. Um trabalho

que certamente tem contribuído significativamente na sistematização de uma nova metodologia de pesquisa folkcomunicação (MARQUES DE MELO 2008).

## **FORTALECIMENTO DA FOLKCOMUNICAÇÃO NA PÓS-GRADUAÇÃO**

Como já destacamos nas páginas anteriores, as duas primeiras décadas do século XXI foi considerável para o avanço teórico e metodológico da folkcomunicação. Com o propósito de fazer uma avaliação do número de produções de dissertações e teses produzidos nos programas de pós-graduação brasileiros nos exatos 20 anos (2000-2020), recorremos a Plataforma Sucupira, ferramenta de coleta de dados, análises e avaliações dos programas de pós-graduação stricto sensu do país, base de referência do Sistema Nacional de Pós-Graduação (SNPG), mantida pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Para a busca, utilizamos as palavras-chaves: folkcomunicação e folkcomunicação. A averiguação partiu do retorno de todas as produções que apresentam os dois termos pesquisados, sejam eles expressos no título, subtítulo, resumo ou no corpo do texto. Após esta verificação, conferimos todos os resultados para filtrar aqueles que apresentam os termos no resumo<sup>9</sup>. Assim, constatamos que foram produzidas e publicadas 61 dissertações e 10 teses que trabalharam direta e indiretamente com a folkcomunicação nos últimos vinte anos. O ano 2000 não obteve nenhum resultado. Já em 2020 só quantificamos as pesquisas já defendidas e publicadas até o período de coleta<sup>10</sup>. Para a análise qualitativa, focamos nos objetivos das pesquisas e como os conceitos da nova abrangência da folkcomunicação foram apresentados. É importante mencionar que a análise se baseou nos títulos, palavras-chaves e resumos.

Segue quadro com classificação do número de produções por região:

Quadro 01. Dissertações e teses (2000-2020) por região.

REGIÃO	TIPO DE TRABALHO	
	DISSERTAÇÃO	TESE
Norte	3	1
Nordeste	23	0
Sudeste	25	6

<sup>9</sup> Algumas dissertações não estavam disponíveis na Plataforma Sucupira, mas pelo reconhecimento dos trabalhos e pela proximidade com os (as) autores (as), incluímos estas nesta análise. Para tanto, é importante considerar a possibilidade da existência outros trabalhos não cadastrados na plataforma.

<sup>10</sup> Não consideramos dissertações e teses que tiveram como objeto de estudo ou análise a figura de Luiz Beltrão. Análises sobre folclore e a cultura popular sem uma perspectiva folkcomunicação também não foram levados em consideração, principalmente por considerar que estes estão inclusos na análise desenvolvida por Amphilo (2010).

---

Sul	4	3
Centro-Oeste	5	0
Total	61	10

Fonte: elaborado pelos autores (2021).

De maneira geral, a produção de dissertações e teses voltadas à folkcomunicação como a principal teoria de análise e/ou como aporte teórico para entender os fenômenos sociais voltaram-se aos estudos do folclore e da cultura popular, como de praxe. Encontramos estudos de linguagem, identidade, manifestações e expressões da cultura popular – literatura popular, festas populares, religiosidade popular –, baseados nos fundamentos de Luiz Beltrão. No entanto, percebemos a reinterpretação dos fenômenos abordados pela teoria – que acreditamos se justificar pela criação da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom), em 1998, e os desafios em formar uma nova geração de pesquisadores; e pela nova abrangência, proposta por Benjamin (2000, 2017), impulsionados pela Cátedra Unesco/Umesp – refletiu nas perspectivas de análise.

Nos primeiros cinco anos da década de 2000, as produções foram desenvolvidas unicamente em São Paulo, em sua maior parte na Universidade Metodista de São Paulo, o que é compreensível, já que a instituição contava com o apoio a Cátedra UNESCO/UMESP, que contribuiu significativamente na produção e disseminação do Pensamento Comunicacional Brasileiro e Latino-Americano e, conseqüentemente, do trabalho de Luiz Beltrão. Nesta instituição, foram defendidas 19 dissertações e teses relacionadas à teoria beltraniana ao longo destes vinte anos. Na Metodista, o professor Joseph Luyten criou a linha de pesquisa “folkmídia” e foi o responsável pela maioria das orientações.

Muitas dessas produções, principalmente as iniciais, se basearam na folkmídia. É importante destacar que a quase todas as pesquisas que trabalharam com o termo foram desenvolvidas na Umesp e orientadas por Joseph Luyten. Este dado demonstra que o pesquisador teve significado relevante nesta perspectiva, o que já esperado, visto que o termo se consolidou a partir do seu conceito.

Foi só em 2005 que foi defendida uma tese de doutorado fora do estado de São Paulo. Esta, sob orientação do professor Antônio Hohlfeldt, na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC/RS). No total, desde 2005, foram 3 dissertações e 3 teses defendidas nesta instituição, em sua maioria sob orientação de Beatriz Dornelles e Antônio Hohlfeldt.

É somente a partir de 2008 que as primeiras dissertações foram defendidas fora das regiões Sul e Sudeste. De fato, a folkcomunicação ganha maior expressividade nas regiões Nordeste e Sudeste, um dado já esperado, visto que a maior parte dos seguidores de Luiz Beltrão da primeira geração estão nestas regiões e, certamente, influenciaram o despertar do interesse da comunidade científica em desenvolver dissertações e teses voltadas à folkcomunicação.

O programa de Pós-graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex), da Universidade Federal Rural De Pernambuco (UFRPE), representado por nomes como Roberto Benjamin, Betania Maciel e Severino Lucena Filho, se tornou uma das principais referências em folkcomunicação, mesmo que não seja da área de Comunicação. Lá foram desenvolvidas pesquisas voltadas ao desenvolvimento local e políticas públicas. Ao total, foram 14 dissertações produzidas. Em 2017 o programa foi descredenciado pela Capes por não ter avaliação superior a 3.

A partir de 2011 surgem as primeiros dissertações que investigam elementos folkcomunicacionais nos ciberespaços, a partir das redes e comunidades virtuais, e a relação da cultura popular com a cultura midiática. Sobre esta abordagem, foram encontradas 3 dissertações e uma tese.

Algumas das pesquisas que trabalham com temáticas como comunicação organizacional e mercadológica e turismo, embora abordem uma noção da atualização dos conceitos da folkcomunicação, não utilizam os termos folmarketing ou folkturismo, já delimitados no campo de estudos da folkcomunicação. Isto é, no geral, embora os termos da nova abrangência, como o folmarketing e a folkpublicidade, não tenham sido citados, os resumos das pesquisas apontam que estas perspectivas foram trabalhadas. Folkturismo não foi citado, mas os estudos de turismo a partir de uma abordagem folkcomunicacional trataram desta temática.

Os estudos sobre ativismo midiático, embora poucos, foram desenvolvidos a partir do início da década de 2010 e todos eles trabalharam a partir da perspectiva de Osvaldo Trigueiro. Já sobre a tipologia da folkcomunicação, gêneros e formatos, apenas um trabalho trouxe esta perspectiva, sob orientação de José Marques de Melo. Vejamos o quadro com o quantitativo de trabalhos que utilizaram os conceitos:

Quadro 02. Conceitos utilizados.

	<b>TIPO DE TRABALHO</b>
--	-------------------------

CONCEITO	DISSERTAÇÃO	TESE
Folkmídia	9	2
Folkmarketing	7	1
Folkturismo	0	0
Ativismo midiático	4	0
Tipologia da Folkcomunicação	1	0

Fonte: elaborado pelos autores (2021).

Percebemos também que as pesquisas orientadas por pesquisadores e pesquisadoras que não estão diretamente relacionados aos estudos folkcomunicacionais, em sua maioria, focaram em análises voltadas aos estudos de Luiz Beltrão e mantiveram distância da nova abrangência da teoria.

Em relação às áreas do conhecimento, há uma expressiva contribuição de pesquisas desenvolvidas em programas de Extensão rural e Desenvolvimento local, Cultura, Políticas Públicas, Ciências do Ambiente e Letras. No total são 26 dissertações e 1 tese de outras áreas. Apesar de o total de trabalhos ser expressivo, tais dados demonstram em números as limitações da comunidade acadêmica de Comunicação nas pesquisas em folkcomunicação.

Quadro 02. Dissertações e teses (2000-2020) por área do conhecimento.

ÁREA	TIPO DE TRABALHO	
	DISSERTAÇÃO	TESE
Comunicação	35	9
Extensão Rural e Desenvolvimento Local	14	0
Cultura	3	0
Políticas Públicas	3	0
Ciências do Ambiente	2	1
Letras	2	0
Outras áreas	2	0
Total	61	10

Fonte: elaborado pelos autores (2021).

Os dados demonstram também ainda mais limitações da comunidade em trabalhar com a folkcomunicação nos programas de doutorado. As teses da área de Comunicação desenvolvidas a partir de uma perspectiva folkcomunicacionais são de apenas dois programas pós-graduação, pertencentes a Umesp e a PUC/RS, restritas ao Sudeste e ao Sul do Brasil.

---

Em suma, constatamos que a produção intelectual em folkcomunicação estão restritas aos programas que contam com nomes de pesquisadores e pesquisadoras assíduos da Rede Folkcom, e em sua maioria no Nordeste e no Sudeste do país. Seguramente a figura de Roberto Benjamin e José Marques de Melo, principais seguidores diretos de Beltrão destas regiões foi a base necessária para tamanho alcance. No entanto, nas nossas previsões, há de considerar que o falecimento destes nomes certamente causará uma queda nas pesquisas nas instituições e, conseqüentemente, nas regiões que elas se encontram. Os rumos que as pesquisas em folkcomunicação devem tomar a partir de agora ficará a cargo da nova geração, que em sua maioria ainda não se credenciou em programas de pós-graduação.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Temos claro que o número expressivo de 71 dissertações e teses relacionadas à folkcomunicação, tanto como principal aporte teórico como também em reconhecer a teoria como possibilidade análise dos fenômenos sociais e culturais, é consideravelmente alto e significativo, visto que essa disciplina ainda sofre alguns entraves no seu reconhecimento. Esse problema pode ser melhor entendido não pelo número, mas pelos locais que ela foi reconhecida.

De qualquer maneira, entendemos que houve um avanço da disseminação do pensamento beltraniano, com as atividades desenvolvidas e a conseqüente influência da produção na pós-graduação, que assumem papel relevante, principalmente na atualização e adaptação da teoria à sociedade contemporânea. Sobre esse ponto de vista, Gobbi (2013, p. 929) compreende que tais atividades acadêmicas e científicas voltadas à folkcomunicação “têm permitido entender e ampliar as opiniões dos processos da cultura popular brasileira, tendo como cerne os estudos do professor Luiz Beltrão”.

Além disso, é importante mencionar que as pesquisas em folkcomunicação dentro do âmbito da pós-graduação não se resumem aos trabalhos apresentados. Nos grupos de pesquisa, congressos, conferências e seminários há uma forte participação de estudantes com trabalhos científicos voltados à teoria. Podemos citar o Grupo de Pesquisa (GP) Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade, da Intercom – pensado como Núcleo de Pesquisa (NP), em 2001 – e que até hoje agrega novos pesquisadores à área. Segundo Woitowicz e Schmidt (2014), este GP “figura como um dos espaços mais representativos para a produção científica na área, ao agrupar pesquisadores interessados em desenvolver

estudos baseados no referencial da folkcomunicação (WOITOWICZ; SCHMIDT, 2014, p. 681). Além disso, há o grupo do Pensacom Brasil, que tem chamado atenção de pesquisadores de todo o Brasil, em sua maior parte mestrandos e doutorandos; e os grupos de trabalhos dos congressos internacionais, como os grupos de trabalhos: Alaic, Ibercom, Confibercom e, eventualmente, no Lusocom.

## REFERÊNCIAS

AMPHILO, Maria Isabel. **A gênese, o desenvolvimento e a difusão da folkcomunicação**. 2010. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2010.

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

BELTRÃO, L. **Folkcomunicação: Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias**. Porto Alegre, EDIPUCRS & FAMECOS, 2014.

BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação no contexto de massa**. João Pessoa: Editora UFPB, 2000.

BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação na sociedade contemporânea**. Porto Alegre: Com. Gaúcha de Folclore, 2004.

BENJAMIN, R. A nova abrangência da folkcomunicação. In: FERNANDES, Guilherme Moreira et al (orgs). Roberto Benjamin: pesquisas, andanças e legado. Campina Grande: EDUEPB, 2017. p. 67-76.

BRESSER-PEREIRA, L. C. **Desenvolvimento e Crise no Brasil** – História, Economia e Política de Getúlio Vargas a Lula. São Paulo: Ed. 34, 2003.

CARDOSO, Fernando Henrique. **O modelo político brasileiro e outros ensaios**. 4ª Ed. São Paulo: Difel, 1979.

FERNANDES, G. M. A Folkcomunicação enquanto sistema da comunicação cultural: É possível, ainda, pensar nessa perspectiva? In: 42º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2019, Belém. **Anais [...]**. Belém: Universidade Federal do Pará, 2019.

FERNANDES, G. M. Legado pós-beltraniano: integrados, apocalípticos ou culturalistas? In: MARQUES DE MELO, J.; FERNANDES, G. M. (org.). **Metamorfose da Folkcomunicação**. São Paulo: Editae Cultural, 2013. p. 902-916.

FERNANDES, G. M.; SANTANA, F. A atualidade da pesquisa e do interesse sobre Folkcomunicação. In: BIANCO, N. R. D.; LOPES, R. S. (orgs.). **O campo da comunicação: epistemologia e contribuições científicas**. São Paulo/SP: Socicom Livros, 2020, p.237-265.

GOBBI, M. C. Folkcomunicação no espaço acadêmico. In: MARQUES DE MELO, J.; FERNANDES, G. M. (org.). **Metamorfose da Folkcomunicação: antologia brasileira**. São Paulo: Editae Cultural, 2013, p. 927-935.

---

GURGEL, E. A. Paradigma Latino-Americano. In: MARQUES DE MELO, J; GURGEL, E. A. **Luiz Beltrão: Singular e Plural**. São Paulo: INTERCOM, 2014, p. 137-153.

LUCENA FILHO, S. A. Folkturismo: vivências do turismo popular. In: GASTAL S.; CASTRIGIOVANNI, A. (orgs). **Turismo na Pós-Modernidade: (des) inquietações**. Porto Alegre: Edipucrs, 2003.

LUCENA FILHO, Severino Alves de. Do ex-voto ao folkmarketing. In: BREGUEZ, S. (org.). **Folkcomunicação: resistência cultural na sociedade globalizada**. Belo Horizonte: Intercom, 2004. p. 55-66.

LUCENA FILHO, S. A. **A festa Junina em Campina Grande-PB: uma estratégia de folkcomarketing**. João Pessoa: Ed. UFPB, 2007.

LUCENA FILHO, S. A. **Festa Junina em Portugal: mascas culturais no contexto do folkmarketing**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2012.

LUYTEN, J. Folkmídia: uma nova visão de folclore e folkcomunicação. In: SCHMIDT, C. (org.). **Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos**. São Paulo: Ductor, 2006. p. 39-49.

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

MARQUES DE MELO, José. **Comunicação, opinião e desenvolvimento**. Petrópolis: Editora Vozes, 1975.

MARQUES DE MELO, J. **Teoria da Comunicação: paradigmas Latino-americanos**. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

MARQUES DE MELO, José. **História do pensamento comunicacional: cenários e personagens**. São Paulo: Paulus, 2003.

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

MARQUES DE MELO, J.. A prima pobre das ciências sociais. São Paulo: **Revista Pesquisa Fapesp**, n. 201, novembro de 2012.

SANTANA, F. M. **O Caranguejo e a construção da identidade cultural de Aracaju: uma análise folkcomunicacional**. 2020. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2020.

SANTANA, F.; LUCENA FILHO, S. A. A Queijadinha de Dona Marieta em São Cristóvão/SE no Contexto do Folkturismo como Estratégia para o Desenvolvimento Local. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, v. 16, p. 251-268, 2018.

TRIGUEIRO, O. M. **Folkcomunicação e Ativismo Midiático**. João Pessoa: UFPB, 2008.

WOITOWICZ, Karina Janz; SCHMIDT, Cristina. Desafios da pesquisa em Folkcomunicação: trajetória e fortalecimento da disciplina em um cenário de transformações socioculturais. In: MORAIS, Osvaldo J. de. **Ciências da comunicação em processo: paradigmas e mudanças nas pesquisas em comunicação no século XXI: conhecimento, leituras e práticas contemporâneas**. São Paulo: Intercom, 2014.