

DIÁLOGOS ENTRE FOLKCOMUNICAÇÃO E MÍDIA ALTERNATIVA: UM PASSEIO TEÓRICO PELAS FORMAS DE COMUNICAÇÃO DOS GRUPOS MARGINALIZADOS

Karina Janz Woitowicz¹

Resumo

Estabelecer relações entre a perspectiva teórica da folkcomunicação e as práticas de comunicação comunitária e alternativa, de modo a reconhecer os diferentes modos de expressão dos grupos sociais como estratégias de resistência social e cultural. Esta é a proposta do presente artigo, que busca desenvolver, através de uma leitura conceitual das variações da comunicação alternativa, um percurso voltado ao papel da mídia contra-hegemônica no desenvolvimento social dos grupos e comunidades. Ao longo do artigo, são apresentados os marcos teóricos relacionados à folkcomunicação, em diálogo com as abordagens atuais sobre mídia comunitária/alternativa, traçando assim algumas reflexões sobre a contribuição da folkcomunicação no fortalecimento das experiências de mídia dos grupos marginalizados.

Palavras-chave

Folkcomunicação; mídia alternativa; comunicação comunitária; desenvolvimento; contra-hegemonia.

Abstract

To establish relations between the folkcommunication theoretical perspective and the communication and alternative practices, in a way to recognize the different ways of expression of the social groups as strategies of social and cultural resistance. This is the purpose of this article, to seek the development, through a conceptual reading of the popular communication variations, a course focused to the role of the counter hegemonic media on the social development of the groups and communities. Through the article, will be presented the theoretical mark related to folkcommunication, in dialogue with current approaches about the alternative/communitary communication, mapping some reflections about the contribution of folkcommunication on the fortification of media experiences of the marginalized groups.

Keywords

Folkcommunication; alternative media; communitary communication; development; counter hegemonic.

Considerações Iniciais

As experiências de comunicação alternativa, comunitária e popular², que acompanham as lutas dos mais diversos setores e movimentos sociais há décadas, constituem legítimas formas de expressão das demandas e interesses dos chamados grupos marginalizados. Ao lado do aprimoramento destas mídias e do reconhecimento do seu papel contra-hegemônico na sociedade em diferentes períodos e contextos, observa-se um avanço nas reflexões teóricas que envolvem o tema, no sentido de construir conceitos e fundamentos que caracterizem as formas de comunicação das minorias sociais.

Neste sentido, destacam-se teorias e estudos que, ancorados em diferentes perspectivas, buscam levantar elementos para identificar o que se convencionou chamar de mídia alternativa, seja com base em sua relevância social, características diferenciadas dos meios tradicionais de comunicação no que diz respeito à sua produção, circulação, conteúdo e consumo, ou ao caráter de resistência que perpassa as referidas ações de mídia.

No entanto, em meio a estes esforços, observa-se uma espécie de apagamento do debate promovido por Luiz Beltrão, em seus estudos realizados desde os anos 1960 sobre os meios informais de comunicação dos grupos marginalizados, que em certa medida anunciavam possíveis caminhos para compreender as formas de comunicação permeadas pela cultura popular, em uma referência de contraste ou oposição aos meios de comunicação tradicionais, em sua maioria de caráter elitista.

A partir desta percepção, o presente artigo busca recuperar algumas bases do pensamento de Luiz Beltrão, em sua abordagem da Folkcomunicação, bem como os principais marcos teóricos presentes no debate atual em torno da mídia alternativa, para em seguida traçar possíveis relações e aproximações entre a teoria beltraniana e as práticas de comunicação popular e comunitária.

Como resultado deste olhar, indica-se o papel destas mídias no desenvolvimento social, seja através da valorização do local ou do fortalecimento das identidades e das lutas de grupos sociais específicos. Assim, destaca-se ao longo do artigo a pertinência da

folkcomunicação enquanto um meio de observação das práticas de resistência que operam no interior da cultura e da comunicação popular.

Folkcomunicação: um outro olhar para a cultura das minorias

Em sua teoria da comunicação através do folclore, Luiz Beltrão compreende as expressões folkcomunicacionais como meios informais de comunicação, utilizados por grupos considerados marginalizados, uma vez que se contrapõem aos valores hegemônicos, seja em termos sociais ou culturais. Além disso, a folkcomunicação também se ocupa dos intercâmbios entre a cultura de massa e a cultura popular, em um processo dialético de aceitação, negação e reinterpretação das mensagens pelos grupos sociais.

Para Beltrão, a cultura popular é definida por expressões que nascem espontaneamente do povo e que se incorporam ao seu cotidiano: arte (dança, pintura, vestuário, artesanato, música, etc), hábitos, crenças, valores e saberes populares que transmitem informação e opinião. Em seus estudos, valoriza-se a capacidade de expressar os modos de viver e pensar do povo, como se pode observar nos registros do autor no livro *Comunicação e Folclore* (1971) sobre a informação oral (cantadores, caixeiro-viajante, chofer de caminhão), a informação escrita (folhetos, almanaques, livros de sorte, literatura de cordel) e outros veículos de folkcomunicação, como a religiosidade popular, as festas e danças populares (carnaval, mamulengo, bumba-meu-boi, queima do Judas, entre outras).

Assim, as manifestações da cultura popular constituem meios de comunicação que não apenas expressam uma determinada idéia, mas representam também uma forma de ação ou contestação dos grupos marginalizados. Segundo Beltrão (1971), o folclore compreende formas interpessoais ou grupais de manifestação cultural protagonizadas pelas classes subalternas e a folkcomunicação se baseia na utilização de mecanismos artesanais para expressar mensagens em linguagem popular.

Com base nestes aspectos de valorização da cultura popular e compreensão de formas de comunicação que se situam às margens da indústria cultural é que se pode compreender a representatividade do pensamento de Beltrão para o estudo dos processos comunicacionais. Assim, a teoria da folkcomunicação permite lançar outras

perspectivas, em que a capacidade de resistência dos grupos sociais e suas formas particulares de comunicar, que contrastam com os valores hegemônicos, se inserem nas complexas dinâmicas do processo de comunicação.

Ao tratar das formas de comunicação das classes subalternas, Luiz Beltrão classifica os grupos em três categorias: grupos rurais marginalizados; grupos urbanos marginalizados e grupos culturalmente marginalizados (rurais e urbanos). Estes últimos são assim caracterizados por representarem “contingentes de contestação aos princípios, à moral ou à estrutura social vigente” (2004, p. 84). Como exemplo, o autor identifica, como grupos contestatórios, os messiânicos, político-ativistas e erótico-pornográfico.

Os grupos culturalmente marginalizados são assim descritos por Beltrão:

Constituem-se de indivíduos marginalizados por contestação à cultura e organização social estabelecida, em razão de adotarem filosofia e/ou política contraposta a idéias e práticas generalizadas da comunidade. Desse modo, forçada ou voluntariamente, tais grupos se acham apartados dos demais que, entretanto, procuram atrair às suas fileiras, utilizando no proselitismo métodos e meios acessíveis ao público rural e urbano a que se destinam suas mensagens, sejam convencionais ou de folk, que manejam com habilidade e audácia. (1980, p. 103)

Pode-se dizer que tais grupos, culturalmente marginalizados, se caracterizam como contra-hegemônicos e elaboram uma cultura de resistência, através de meios informais de comunicação. E é este ponto de partida que se pretende considerar ao estabelecer a relação entre os estudos de Beltrão e as formas de se caracterizar as experiências de mídia alternativa.

Mídia alternativa: práticas de resistência e contra-hegemonia

Observar a mídia produzida pelos grupos marginalizados, social e culturalmente, exige uma tentativa de melhor caracterizar o que se entende por comunicação alternativa, uma vez que há diversos impasses e abordagens diferenciadas para compreender tal conceito. Sabe-se que os contornos e formas de expressão destes meios foram sendo criados através de situações de conflitos ideológicos, crises políticas e contextos de restrição à liberdade de expressão, que acompanharam a história da mídia em diferentes países e cenários.

No contexto brasileiro, a comunicação alternativa costuma ser entendida como sinônimo de imprensa alternativa, aquela de oposição ao regime militar que proliferou nos chamados “anos de chumbo”, a partir dos anos 1960. No entanto, mesmo neste período, há uma série de experiências de comunicação, de caráter popular, que também configuram um cenário em que a mídia era pensada pelo seu papel educativo, reivindicatório e mobilizador.

Regina Festa (1986), em seus estudos sobre a comunicação popular e alternativa no Brasil, caracteriza três fases da vida política e social do país, a partir dos anos 1960, que geraram três processos diferentes de comunicação alternativa e popular.

A primeira fase, que corresponde ao período de 68 a 78 – entre o AI-5 e a abertura política – caracteriza-se por uma comunicação de resistência, denúncia e acumulação de forças por parte das oposições; a segunda fase, de 78 a 82, período de explosão social, eleições nacionais, abrandamento das restrições políticas, caracteriza-se por projetos políticos mais definidos e pela existência de uma comunicação popular, multiplicadora de meios nas bases e pelo quase desaparecimento da comunicação alternativa; e o terceiro período, de 82-83, caracteriza-se por uma atomização do processo de comunicação popular e alternativa na mesma medida que reflete a incapacidade das forças de oposição para articularem uma alternativa política à crise atual vivida pela sociedade brasileira. (1986, p. 10)

Assim, embora o termo ‘alternativo’ remeta, historicamente, às publicações que surgiram a partir dos anos 1960, durante a ditadura militar, observa-se uma diversidade de formas de comunicação no período e, ao mesmo tempo, a permanência da sua validade, mesmo diante de especificidades que caracterizam as novas formas de comunicação dos grupos e movimentos sociais.

São exemplos de veículos alternativos os meios impressos produzidos por movimentos sociais, associações, organizações não-governamentais e grupos minoritários, as experiências de rádio e TV comunitária, os espaços on-line de contra-informação e mobilização em rede, entre inúmeros outros. Além destes canais, em uma noção mais ampla do processo de comunicação, destacam-se ainda outras manifestações e veículos informais que carregam aspectos da cultura e dos interesses de determinado grupo social (tais como a música, o teatro, o grafite, as festas populares, etc). É neste sentido que Luiz Beltrão (2001) desenvolveu, em sua teoria da folkcomunicação, um conceito de

comunicação através do folclore em que diversos agentes e meios populares de informação são entendidos como veículos de expressão de idéias dos grupos marginalizados.³

Pela diversidade das formas de comunicação que compreendem os meios alternativos, entende-se que o conceito é bastante controverso, sendo apresentado por autores e autoras do campo da comunicação sob as mais variadas formas. A diversidade de abordagens, decorrente da variedade de objetos analisados, exige um percurso pela trajetória do conceito, considerando as reflexões desenvolvidas nas últimas décadas.

No contexto deste trabalho, com base nos autores da área, compreende-se a mídia alternativa a partir do seu caráter contra-hegemônico e dos parâmetros diferenciados dos meios tradicionais no que se refere às suas formas de produção, circulação e consumo, assumindo características próprias. Em outros termos, está se considerando mídia alternativa a produção de grupos sociais, que criam canais de resistência e promoção de lutas através dos seus espaços de comunicação, em diferentes suportes e formatos.

Porém, existem outros modos de abordar esta noção, que complementam ou tencionam o referido conceito. De acordo com Regina Festa (1986), a comunicação alternativa é a ‘outra’, ou seja, uma opção diferente da que existe. Esta idéia de uma outra comunicação explicita o caráter de contraposição aos meios hegemônicos.

Uma definição possível de comunicação alternativa pode ser assim entendida:

Son aquellas formas de comunicación masiva que repudian o cuestionan expresamente el régimen político establecido e institucionalizado, en el sentido de que abogan por un cambio de la sociedad o por lo menos aspiran a una reconsideración crítica de los valores tradicionales. Se suelen denominar también medios “radicales” o “underground”, y se oponen a las producciones dominantes en tanto representan doctrinas políticas y sociales que se mantienen fuera de los límites definidos del consenso y el debate parlamentarios. A veces también se suele clasificar como alternativos los medios comunitarios porque estos con frecuencia representan a grupos que sienten que sus intereses y sus puntos de vista no están suficientemente representados en los medios nacionales y locales existentes. (O’SULLIVAN, 1995, p. 215)

Percebe-se que há, nesta tentativa de definição, algumas características (e também imprecisões) mencionadas nos estudos de comunicação alternativa, tais como o perfil de oposição política, o caráter comunitário, o fato de ser ou não de massa, a instabilidade financeira, entre outros aspectos.

Na trajetória do conceito de alternativo, uma das referências situa-se na contraposição entre comunicação vertical/antidemocrática e horizontal/democrática. Esta abordagem é desenvolvida por Luis Ramiro Beltrán, que discute a necessidade de democratizar a comunicação tanto no conceito quanto na prática, no contexto da América Latina. O autor refere-se a experiências de comunicação face a face (como a “conscientização” de Paulo Freire), combinações de meios de comunicação de massa com técnicas de dinâmica de grupo ou formas de comunicação grupal, bem como o uso de modernas tecnologias, como experiências de comunicação horizontal (1981, p. 28).

Beltrán assim analisa os contrastes (e relações) entre a comunicação vertical e a horizontal:

A comunicação horizontal é, conceitualmente, exatamente oposta à comunicação vertical. Mas, na realidade, a primeira não deveria ser considerada substituta da segunda, a não ser sob determinadas circunstâncias. Sob outras circunstâncias, poderia ser até mesmo uma alternativa coexistente. [...] Idealmente, todas as formas de comunicação deveriam ser horizontais. Na prática esse ideal nem sempre é possível e talvez nem sempre seja desejável. Assim, quando a comunicação vertical tiver que permanecer ainda em cena, não deveria de forma alguma ser exercida de forma manipuladora, enganadora, exploradora e coercitiva. (1981, p. 34)

A partir destes aspectos, Beltrán propõe um esquema de comunicação horizontal (que denomina de “horicon”), que prevê acesso livre e igualitário (exercício efetivo do direito de receber mensagens), diálogo (exercício efetivo do direito de receber e ao mesmo tempo emitir mensagens) e participação (exercício do direito de emitir mensagens) como pressupostos da comunicação (1981, p. 31-32).

Maria Lúcia Becker (2008), ao discutir elementos de uma comunicação alternativa, também menciona este caráter de horizontalização como algo que passou a definir a prática da comunicação popular no Brasil:

Como opção entre coisas reciprocamente excludentes, ao alternativo vem somar-se a proposta de horizontalidade, em contraposição à verticalidade dos meios de comunicação tradicionais. Nesse ponto do campo de significação do conceito de alternativo, os elementos coincidem com o que, no Brasil, passou a definir o jornalismo ou comunicação popular; ou seja, a primazia do diálogo, do compartilhamento de idéias e conhecimentos, da troca de informações e opiniões que propicia a ação no sentido do domínio e mudança da realidade. (2008, p. 03)

Luiz Gonzaga Motta também destaca o caráter de mobilização como uma função desta forma diferenciada de atuar com a comunicação. Para ele, os meios alternativos surgem em função das necessidades de comunicação de determinados atores sociais e desempenham as funções de apoio e de potencialização nos movimentos populares.

A primeira é uma função de auxílio à mobilização e à organização. Todo movimento necessita primeiro fazer com que um número maior possível de pessoas tome conhecimento de um determinado problema; segundo, necessita sensibilizar estas pessoas a interessar-se pelo fato; terceiro, precisa motivá-las para a ação; quarto, mobilizá-las, quinto, organizá-las para uma ação consciente e adequada. Como nem os meios de massa nem os canais formais de comunicação costumam suprir as necessidades de nenhuma destas etapas, os que lideram os movimentos criam os meios alternativos possíveis para supri-las. (1987, p. 46)

Máximo S. Grinberg (1987), em sua caracterização de mídia alternativa, enfatiza o aspecto de uma “outra” forma de comunicar, acrescentando ainda a participação no processo de comunicação e a ambivalência dos papéis de emissor e receptor como elementos que caracterizam estes meios, que podem ser massivos ou não. Para o autor,

É alternativo todo meio que, num contexto caracterizado pela existência de setores privilegiados que detêm o poder político, econômico e cultural – nas diversas situações possíveis, desde o sistema de partido único e economia estatizada (Cuba) até os regimes capitalistas de democracia parlamentar e as ditaduras militares – implica uma opção frente ao discurso dominante, opção à qual confluem, em grau variável, os sistemas de propriedade, as possibilidades de participação dos receptores na elaboração das mensagens, as fontes de financiamento e as redes de distribuição, como elementos complementares (1987, p. 18).

O autor problematiza o conceito de alternativo na prática comunicacional, apresentando seu desacordo em relação a duas concepções bastante comuns na caracterização desta definição: “a que visualiza a comunicação alternativa como oposta por princípio aos meios de massa como tais, devido a sua estrutura tecnológica tradicionalmente unidirecional” e, ainda, “a que considera que a comunicação alternativa constitui um antídoto frente a um só modelo, o modelo capitalista transnacional de comunicação” (1987, p. 11). Para Grinberg, o alternativo é possível através de diferentes meios e formas de comunicação:

Não propomos uma alternativa aos *media como tais*, mas enquanto instrumentos do poder; e, inversamente, o meio não é *em si* o alternativo (ou não o é necessariamente), mas o instrumento de uma opção promovida por um grupo de pessoas ou por um setor social. (1987, p. 19-20)

Assim, para o autor, o alternativo surge para gerar mensagens com concepções diferentes ou opostas às difundidas pelos meios dominantes, apresentando uma diferença qualitativa em relação aos meios hegemônicos.⁴ A ênfase, portanto, está no conteúdo: “sem discurso alternativo não há meio alternativo” (1987, p. 29)

Além da expressão ‘alternativa’, adotada por alguns autores, existem outras que se aproximam destes princípios e traduzem a demanda pela democratização da palavra. Tratam-se das noções de mídia comunitária, popular e radical, entre outras variações, que serão aqui mencionadas para complementarem o conceito de mídia alternativa.

De acordo com Cicília Peruzzo (2006), a comunicação comunitária apresenta um caráter de mobilização coletiva, uma vez que a ação é perpassada por canais de comunicação com conteúdo crítico e emancipador.⁵

A comunicação popular representa uma forma alternativa de comunicação e tem sua origem nos movimentos populares dos anos de 1970 e 1980, no Brasil e na América Latina como um todo. Ela não se caracteriza como um tipo qualquer de mídia, mas como um processo de comunicação que emerge da ação dos grupos populares. (PERUZZO, 2006, p. 02)

O jornalismo comunitário, assim como o popular, parte de setores populares que produzem sua própria mídia (na maioria das vezes com limites técnicos e financeiros, contando apenas com voluntários da comunidade), realizando, conforme Raquel Paiva (1998), um modo de comunicação que admite a participação direta dos cidadãos e cidadãs no processo de produção e visa a politização e a organização das comunidades. Enquadram-se nesta forma de comunicação comunitária as experiências de gestão de mídia envolvendo rádios e TVs comunitárias, jornais de bairro, entre outras geradas coletivamente. No que diz respeito ao perfil dos veículos comunitários, pode-se destacar, a partir de Paiva (1998), o uso didático e educativo, de interesse público, a valorização do local, o caráter de prestação de serviços, com proposta social, o objetivo de mobilização e transformação, a participação coletiva e o uso dos meios como facilitadores de um processo de emancipação cidadã.

As formas de comunicação popular envolvem ainda as manifestações culturais tradicionais do povo (como danças, teatro, música, folclore, festas, literatura de cordel, etc), ou ainda, conforme observa Rozinaldo Miani, um “conjunto de práticas comunicativas, identificadas como comunicação popular, produzidas pelos movimentos sociais e populares no contexto da luta de classes” (2007, p. 72), que assumem caráter de resistência.

Uma definição que se aproxima muito dos princípios da mídia alternativa é trabalhada por John Downing através da expressão ‘mídia radical’. Para ele, a mídia radical é aquela que expressa “uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas”, que se apresenta numa enorme variedade de formatos e exerce múltiplos impactos, em diferentes níveis, apresentando-se de forma mais democrática do que a mídia hegemônica.

Segundo Downing, a mídia radical serve a dois propósitos, baseados no modelo de contra-informação que caracteriza a mídia alternativa:

- a) expressar, verticalmente, a partir dos setores subordinados, oposição direta à estrutura de poder; b) obter, horizontalmente, apoio e solidariedade e construir uma rede de relações contrária às políticas públicas ou mesmo à própria sobrevivência da estrutura de poder. (2002, p. 29-30)

Percebe-se, a partir destas considerações, que os grupos utilizam a comunicação com diferentes propósitos, e acionam determinadas práticas que contribuem com o processo de conquista da cidadania. Assim, para além de uma lógica meramente instrumental, a mídia ocupa um lugar central na resistência às múltiplas formas de opressão. É preciso destacar, ainda, que não há um modelo único de mídia alternativa, apesar de existirem características centrais comuns aos diferentes veículos. A pluralidade de formatos deve-se aos diferentes contextos e às variadas configurações dos grupos, comunidades e organizações onde são produzidos.

Com base nestas diferentes abordagens sobre a mídia alternativa – apresentadas por autores e autoras que se ocupam da comunicação como forma de resistência, ação comunitária, fortalecimento dos grupos e comunidades, luta política, entre outras variações –, que se complementam para indicar os variados modelos e práticas de comunicação contra-hegemônica, pode-se reconhecer aspectos que se relacionam com a perspectiva da folkcomunicação, no que diz respeito às formas de comunicação dos grupos marginalizados.

Desse modo, a partir do percurso pelas principais abordagens que constituem os fundamentos da mídia alternativa, interessa estabelecer algumas aproximações que permitem revelar a importância da folkcomunicação como teoria pioneira que contribui para a análise dos fenômenos de comunicação popular. Afinal, a folkcomunicação evidencia os meios informais utilizados pelos grupos e comunidades para ‘dizer’ a sua realidade e a sua cultura a partir de um discurso próprio, autêntico e comprometido com as suas necessidades de informação.

Em busca de um diálogo: folkcomunicação e mídia alternativa

Horizontalidade, mobilização, participação, conteúdo contra-hegemônico, ambivalência entre emissor e receptor, espaço de expressão da cultura popular, instrumento de resistência. Estes são os principais aspectos que fundamentam uma caracterização da mídia alternativa, compreendida tanto como prática de comunicação quanto reflexão teórica.

Oportuno observar que algumas destas características, apontadas por teóricos da comunicação, foram abordadas por Luiz Beltrão em seus estudos sobre a cultura e a

comunicação popular, principalmente se considerarmos que o teórico brasileiro dedica-se à compreensão da folkcomunicação como um processo artesanal e horizontal. Isso se deve porque, para ele, as mensagens folkcomunicacionais, à semelhança da comunicação interpessoal, “são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência, por sua vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador, ainda que dispersa” (1980, p. 28).

Beltrão assim analisa o sistema da folkcomunicação:

No sistema de folkcomunicação, embora a existência e utilização, em certos casos, de modalidades e canais indiretos e industrializados [...], as manifestações são sobretudo resultado de uma atividade artesanal do agente-comunicador, enquanto seu processo de difusão se desenvolve horizontalmente, tendo-se em conta que os usuários característicos recebem as mensagens através de um intermediário próprio em um dos múltiplos estágios de sua difusão. (1980, p. 27)

O autor também observa a chamada “comunicação coletiva”, buscando compreender como os indivíduos e grupos sociais recebem, interpretam e re-significam as mensagens, a partir de referenciais culturais próprios. Desse modo, no campo da recepção, Beltrão analisa os processos comunicacionais não-hegemônicos, levantando alguns elementos para observar o comportamento coletivo e as reações dos receptores. Esta percepção também indica o posicionamento do autor a respeito das capacidades de questionamento e resistência dos grupos sociais em relação à mídia hegemônica, distanciando-se de uma abordagem determinista muito presente nos anos 1960 e que ainda hoje revela resquícios no debate sobre as práticas de produção e recepção de mensagens. Beltrão, portanto, irá se filiar à perspectiva desenvolvida anos mais tarde por teóricos latino-americanos, focada nos estudos de recepção.

A folkcomunicação, além de incorporar a reflexão sobre horizontalidade e atribuir papel ativo no processo de comunicação também ao receptor, aproxima-se das abordagens da mídia alternativa ao representar as formas de expressão da cultura popular, através de diferentes meios. É a comunicação direta, em que participam os membros de um determinado grupo social, que expressa os hábitos, valores e mesmo reivindicações dos setores marginalizados, através de suas manifestações culturais. Estas formas de comunicação, devido à representatividade que assumem no contexto de grupos sociais

específicos, podem também ser entendidas como expressões de uma identidade de resistência que, ainda que estabeleça relações com a chamada cultura de massa, revela sua autenticidade e valor. Embora Beltrão não adote o termo 'identidade' para fazer referência às formas de comunicação criadas pelo povo, transparece em seus escritos a valorização das manifestações culturais a partir do significado que possuem para os grupos culturalmente marginalizados, tema este amplamente estudado pelos teóricos dos estudos culturais.

Em relação ao caráter contra-hegemônico da comunicação popular, entende-se que, embora nem todas as manifestações das chamadas classes subalternas se apresentem como instrumentos de contestação do sistema econômico, político, social e cultural, em grande medida os meios de comunicação dos grupos marginalizados canalizam uma visão crítica e apresentam uma 'leitura' da realidade que contrasta com os valores hegemônicos presentes na sociedade. Esta questão pode ser exemplificada, nos estudos de Beltrão, na literatura de cordel, nas festas populares e nas mais diversas manifestações espontâneas do povo que revelam uma forma singular de expressar a cultura, a sabedoria e os valores dos grupos e comunidades.

Também a perspectiva da mídia alternativa traz em sua base a proposta de desenvolvimento e emancipação social, elementos que colocam a comunicação como um caminho necessário para a conquista da cidadania. E, ao descrever e analisar os veículos informais dos grupos marginalizados, reconhecendo o valor da cultura popular e as necessidades de expressão do povo, Luiz Beltrão recupera o princípio básico do diálogo, da participação e da interação que caracterizam as formas de comunicação comunitária e popular.

Falar sobre mídia alternativa pressupõe, portanto, o reconhecimento das contribuições da folkcomunicação na observação dos meios próprios produzidos pelos grupos marginalizados para expressar suas lutas e seus valores, em linguagem popular. Assim, evitando o risco de ignorar o pioneirismo de Beltrão e a pertinência de seus estudos para a análise dos fenômenos comunicacionais é que se propõe que a mídia alternativa seja abordada enquanto prática de resistência cultural que pode ser observada sob a 'lente' da folkcomunicação.

Afinal, a sintonia entre os conceitos de mídia alternativa e a perspectiva de Beltrão vai além da valorização dos canais próprios criados pelos grupos marginalizados. Estende-se ao modo como a folkcomunicação permite reconhecer a diversidade, a criatividade e a legitimidade de meios de comunicação muitas vezes praticamente desconhecidos e ignorados, que pela sua representatividade no contexto em que atuam constituem legítimos espaços de formulação da cultura e de expressão de lutas e resistências.

Referências

Becker, Maria Lúcia. “Mídia alternativa: antiempresarial, antiindustrial, anticapitalista?” In: WOITOWICZ, Karina Janz (org.). Recortes da mídia alternativa: histórias & memórias da comunicação no Brasil. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2009. p. 273-286.

Beltrán, Luis Ramiro. “Adeus a Aristóteles: a comunicação horizontal”. Revista Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo; São Paulo: Cortez. Ano III, n. 6, set. 1981. p. 5-35.

Beltrão, Luiz. Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

Beltrão, Luiz. Folkcomunicação: teoria e metodologia. São Bernardo do Campo: Umesp, 2004.

Beltrão, Luiz. Comunicação e folclore. São Paulo: Melhoramentos, 1971.

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

Downing, John. Mídia Radical: Rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: Senac, 2002.

FESTA, Regina; SILVA, Carlos Eduardo Lins da (Orgs.). Comunicação popular e alternativa no Brasil. São Paulo: Edições Paulinas, 1986.

Grinberg, Máximo Simpson (org.). A comunicação alternativa na América Latina. Petrópolis: Vozes, 1987.

Kaplun, Mario. El comunicador popular. 2ª ed. Argentina: Lúmen-Humanitas, 1996.

Marques de Melo, José. Uma estratégia das classes subalternas. In: Folkcomunicação: a mídia dos excluídos. Cadernos de Comunicação, Série Estudos, v. 17. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2007.

Marques de Melo, José. Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

Matta, Fernando Reyes. *Comunicación alternativa y búsquedas democráticas*. México: ILET – Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, 1983.

Miani, Rozinaldo. “Comunicação popular”. In: GADINI, Sérgio; WOITOWICZ, Karina J. (org). *Noções básicas de Folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões*. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007. p. 71-73.

Motta, Luiz Gonzaga. “Brasil: Alternativa popular – Comunicação e movimentos sociais”. In: GRINBERG, Máximo Simpson (org.). *A comunicação alternativa na América Latina*. Petrópolis: Vozes, 1987.

O’sullivan, Tim et al. *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1995.

Paiva, Raquel. *O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo*. Petrópolis: Vozes, 1998.

Peruzzo, Cicília M. Krohling. *Comunicação nos movimentos populares*. 3ª ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

Peruzzo, Cicília M. Krohling. “Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania”. In: OLIVEIRA, Maria José da Costa (org.). *Comunicação Pública*. Campinas: Alínea, 2004. p. 49-79.

Silva, Carlos Eduardo Lins da (org.). *Comunicação, hegemonia e contra-informação*. São Paulo: Cortez; Intercom, 1982.

¹ Jornalista, mestre em Ciências da Comunicação, doutora em Ciências Humanas, professora de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG/Paraná/Brasil), membro da Rede de Pesquisadores em Folkcomunicação. E-mail: karinajw@hotmail.com

² No presente artigo, opta-se pela denominação mídia alternativa como um conceito mais amplo que envolve as experiências de comunicação de caráter contra-hegemônico, que se dão através de variados suportes e formatos. As expressões comunicação comunitária, popular, independente, radical, entre outras, constituem variações do conceito que serão discutidas ao longo do trabalho.

³ John Downing, no livro “Mídia radical”, também destaca experiências de comunicação que vão além dos meios tradicionais de comunicação, tais como grafite, vestuário, canções, dança, teatro, anedotas, entre diversas outras que se configuram como meios de expressão das minorias sociais.

⁴ Grinberg também observa que “a alternativa surge tanto diante do monopólio capitalista como no que diz respeito à imprensa esquerdista e popular” (1987, p. 25).

⁵ Nesta perspectiva, Mario Kaplun (1996) refere-se aos meios de comunicação como instrumentos de educação popular. Em seu trabalho com jornais de bairro no Uruguai, ele destaca a importância dos veículos nas etapas de conhecimento da realidade, formulação crítica e estímulo à participação coletiva, inserindo a prática comunicativa no processo de educação informal.