

## FOLKCOMUNICAÇÃO: INTERPRETAÇÃO DE LUIZ BELTRÃO SOBRE A MODERNIZAÇÃO BRASILEIRA<sup>1</sup>

Yuji Gushiken<sup>2</sup>

### Resumo

Este artigo busca relacionar a folkcomunicação, perspectiva teórica formulada originalmente pelo jornalista e pesquisador brasileiro Luiz Beltrão, e a modernização socioeconômica do Brasil em meio ao desenvolvimento do capitalismo histórico. Busca enfaticamente analisar o conceito de folkcomunicação enunciado na tese de 1967 e os paradoxos do enquadramento de objetos folkcomunicacionais proposto por Beltrão nas condições históricas da modernização nacional em que o conceito é formulado. Baseia-se em pesquisa bibliográfica da obra original de Beltrão e de pesquisadores que hoje desenvolvem os novos rumos que a disciplina vem tomando na comunidade de ciências da comunicação no Brasil e na América Latina.

### Palavras-chave

Folkcomunicação; modernização; folclore; Luiz Beltrão.

### Abstract

This study seeks to establish a relationship between folk-communication, a theoretical perspective originally formulated by the Brazilian journalist and researcher Luiz Beltrão, and the socio-economic modernization of Brazil in the midst of the historical capitalist development. The focus is on the analysis of the folk-communication concept as stated in the 1967 thesis and the paradoxes of the characterization of folk-communicational objects proposed by Beltrão within the historical conditions of Brazilian modernization in which the concept is formulated. The study is based on a bibliographical survey of Beltrão's original work as well as current research which is developing into new branches that this field has taken within the communication sciences community in Brazil and Latin America.

### Keywords

Folk-communication; modernization; folklore; Luiz Beltrão.

### Resumen

Este artículo procura relacionar la folk comunicación, perspectiva teórica relacionada por el periodista brasileño Luiz Beltrão, y la modernización socio económica brasileña dentro del desarrollo del capitalismo histórico. Busca el análisis enfático del concepto de folk comunicación enunciado en la tesis de 1967 y de las paradojas del encuadramiento en los objetos folk comunicativos propuestos por Beltrão durante las condiciones históricas de la modernización nacional en que el concepto es formulado. Se basa en la pesquisa bibliográfica de la obra original de Beltrão y de los investigadores que hoy analizan los nuevos rumbos que la disciplina va tomando en la comunidad de las ciencias de la comunicación en Brasil y por América latina.

### Palabras clave

Folk comunicación; modernización; folclor; Luiz Beltrão.

## Introdução

Uma das questões fundamentais na atribuição de valor científico à folkcomunicação, como disciplina no campo maior das ciências da comunicação, é o fato de ela se constituir como perspectiva teórica que enfatiza as transformações pelas quais passava a cultura popular, em especial o folclore, em suas relações com o processo de modernização de um país latino-americano como o Brasil. Quando Luiz Beltrão analisou as dimensões comunicacionais no folclore brasileiro, em especial a partir de suas observações sobre o folclore nordestino, pelos idos da década de 1960, aconteceu de as tradições culturais já serem, desde aquela década, capturadas e arrastadas pelo mais intenso processo de modernização por que passava – e ainda passa, continuamente – a sociedade brasileira, de modo enfático a partir da primeira metade do século XX.

Na definição original de Luiz Beltrão, folkcomunicação designa “o processo de intercâmbio de mensagens através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore e, entre as suas manifestações, algumas possuem caráter e conteúdo jornalístico, constituindo-se em veículos adequados à promoção de mudança social”. (BELTRÃO: 2001, p. 73) A percepção de uma dimensão comunicacional na dinâmica das culturas populares, segundo a perspectiva teórica proposta por Luiz Beltrão, sugere considerar dois momentos nessa relação entre folclore e as transformações socioeconômicas forçadas pela modernização do país.

Primeira consideração: no caso brasileiro, a cultura popular, em sua vertente tradicional, se refere a uma cultura protagonizada eminentemente pelos segmentos sociais que vivem à margem dos benefícios da modernização. São segmentos que fazem de suas práticas culturais cotidianas um modo de expressar idéias e opiniões sobre a realidade social. Trata-se de uma condição da subjetividade, o que inclui a existência socioeconômica, em que as práticas culturais, de forma tática, transformam-se em ferramentas de comunicação em dois níveis: troca de informações entre membros das camadas populares e entre essas camadas populares e a totalidade social.

Em outras palavras, a folkcomunicação aponta para a troca de informações entre membros do mesmo grupo social, num primeiro momento, e entre grupos sociais distintos, num segundo momento. Portanto, consideram-se as práticas populares de produção de linguagem – no artesanato, nos jogos, nas diversões, nos eventos festivos e

outras tantas formas de manifestações populares – como um modo de produzir sentido e reinventar as vinculações sociais, em nível comunitário e entre as comunidades e a sociedade em geral. Na perspectiva da folkcomunicação, a cultura é considerada como ambiente de produção, circulação e consumo de informações. É a condição ambiental de produção de sentido que viabiliza a dimensão comunicacional das práticas folclóricas.

Segunda consideração: não conceber o mundo cultural das camadas populares como uma totalidade fechada, mas que esse mundo mantém uma relação social, invariavelmente tensa, com outras esferas sociais, seja na relação entre grupos ou classes sociais. O momento mais significativo desta relação social, como já apontava Luiz Beltrão ao visualizar o fenômeno da folkcomunicação, são os processos de tradução de linguagem como experiência comum simultaneamente às camadas populares e às elites através do acesso às informações da comunicação de massa, principalmente os veículos impressos e eletrônicos mais consumidos a partir da década em que o conceito foi enunciado (jornais, rádio e TV aberta).

Esses processos de tradução são mediados pela interpretação e recodificação dos agentes populares, primeiramente em nível comunitário. É o caso em que a cultura tradicional torna-se mediação na qual os segmentos populares produzem recursos cognitivos para minimizar o estranhamento diante das distintas linguagens apresentadas no processo de modernização. Entre as décadas de 1960 e 1980, a modernização capitalista no Brasil incluía a emergência e consolidação dos sistemas midiáticos massivos – imprensa, rádio e TV – e seus conteúdos variados.

Essas linguagens, como apontou Beltrão, provêm não apenas dos modernos meios de comunicação massivos, mas também dos ambientes eruditos, sendo que ambos se apresentam como a produção discursiva dos setores elitizados, cultural ou economicamente, da sociedade nacional. As elites se apresentam como as alteridades sociais que se aproximam dos setores populares e produzem um mal-estar na vida moderna, na medida em que dois mundos – desiguais economicamente e diferentes culturalmente – se encontram, promovem atritos cognitivos, mas que, na invenção de um mercado nacional de bens simbólicos, buscam produzir sentido em comum.

### **O popular na modernização brasileira**

Dois dimensões constituem a experiência de modernidade no Ocidente: o industrialismo e o capitalismo. Industrialismo se refere às relações sociais implicadas no uso generalizado da força material e do maquinário nos processos de produção. Capitalismo é um sistema de produção de mercadorias que envolve tanto mercados competitivos de produtos quanto a mercantilização da força de trabalho (GIDDENS: 2002, p. 21). Industrialismo, portanto, se aproxima e se confunde com o processo de modernização socioeconômica, principalmente em sua versão capitalista. Como já apontava Anthony Giddens, a modernidade “produz diferença, exclusão e marginalização” (GIDDENS: 2002, p. 13).

Na transição da década de 1960 para a de 1970, época em que a folkcomunicação era gestada como disciplina, o Brasil experimentava seu processo de modernização na condição de país “terceiro-mundista”. Como aponta Marcelo Ridenti, a urbanização era crescente, os movimentos de esquerda pretendiam mudar a história. O modelo do “homem novo”, no entanto, estava idealizadamente no passado, num autêntico “homem do povo”, com raízes rurais, do interior, do coração do Brasil e supostamente não contaminado pela modernidade urbana capitalista, o que permitiria uma alternativa de modernização que não implicasse a desumanização, o consumismo, o império do fetichismo da mercadoria e do dinheiro”. (RIDENTI in BASTOS, RIDENTI, ROLLAND: 2003, p. 199)

Não por acaso, conforme as idéias que constituíam o imaginário modernizador da época, a folkcomunicação foi concebida conceitualmente na perspectiva dos intercâmbios entre distintos segmentos sociais, que produziram e tiveram diferentes condições de acesso aos benefícios do mundo moderno. Contudo, a folkcomunicação não necessariamente considerou um “homem do povo” idealizado, sem estar subjetivado pelo capitalismo. De modo realista, considerou um homem do povo que afeta e é afetado por distintos sistemas socioeconômicos e simbólicos no processo de modernização do país, o que inclui necessariamente a lida com os sistemas de mídia industrial oriundos da própria modernização capitalista que se apresenta cotidianamente aos homens comuns como receptores ou consumidores de produtos culturais.

Na folkcomunicação, o processo tradutório entre linguagens de distintos padrões culturais é uma demanda comunicacional que emerge diante dos processos de distinção social historicamente produzidos num país de modernização ambígua como o Brasil. As distinções sociais tornavam-se cada vez mais visíveis no processo de modernização do país: de um lado, a elite culta; de outro, a massa de iletrados, onde se incluía o já não mais idealizado “homem do povo”.

Nessas condições históricas, em que há diferentes formações culturais em conflito no espaço nacional, Luiz Beltrão apontou, numa perspectiva teórica original, os primeiros indícios de que havia, nos segmentos populares, um modo peculiar de produzir, fazer circular e consumir informações através dos usos de seu próprio repertório cultural, tendo como base as práticas folclóricas. Convém lembrar que, no caso do Brasil, cultura tradicional, incluindo o folclore, tem como referência a cultura da classe trabalhadora, embora, por motivos históricos, que incluía a repressão política do regime militar no país, Beltrão evitasse a abordagem de classe social de forma explícita.

Para os setores populares, a cultura é usada simultaneamente como meio e ambiente para inventar processos comunicacionais possíveis, lançando mão de recursos de linguagem não apenas da escrita ou de modernas tecnologias midiáticas, mas de recursos oriundos das mais variadas práticas de linguagem: oral, visual, sonora, tátil. Os usos da cultura, em especial da cultura tradicional – como produção de sentido para invenção de processos comunicacionais – ampliam, e por isso mesmo confundem, o que se entende modernamente como comunicação social.

Era preciso considerar, por conta das distinções socioculturais, que a designação de comunicação social, reduzida às modernas práticas midiáticas da indústria cultural não dava conta de enquadrar as práticas comunicacionais – não necessariamente midiáticas – dos segmentos populares, embora o que se designa por folkcomunicação seja o intercâmbio de mensagens entre cultura popular e cultura de massa.

O processo de modernização, no seio das culturas tradicionais populares, supõe considerar um tipo de transformação no folclore que se resume a uma linha divisória próxima de um evolucionismo técnico-científico: as práticas midiáticas, mais precisamente o consumo e o uso de modernas tecnologias midiáticas, se atualizam numa

espécie de axioma que passa a produzir a existência dos demais processos de produção simbólica a partir da emergência de um pensamento – racional, pragmático, teleológico – ao qual nada mais consegue escapar no bojo da civilização ocidental moderna e capitalista.

Esta tem sido a perspectiva de uma sociologia da comunicação que enfatiza a primazia da tecnologia midiática como produto de uma modernização avassaladora, com suas benesses na constituição da civilização ocidental e caracterizando-se por sugerir o protagonismo da história às elites tecnocientíficas e econômicas que hipoteticamente são o fundamento dos processos de modernização. O que a folkcomunicação sugere, em sua singularidade teórica, é atribuir protagonismo à outra margem social, com suas histórias ordinárias do mais banal cotidiano, o que inclui as pessoas comuns, aquelas que não necessariamente fazem parte da elite que produz a margem mais dinâmica e suntuosa da vida moderna.

A moderna comunicação de massa historicamente arrasta, conforma e molda a produção de sistemas simbólicos em geral, o que inclui necessariamente as tradições, na medida em que constitui um processo no qual a produção cultural se expande espacial e temporalmente para além de seu território geográfico já historicamente demarcado como lugar de memória. Práticas midiáticas – da comunicação de massa, passando pela cultura das mídias à cibercultura – podem ser entendidas como modernização dos diversos ambientes culturais. Numa perspectiva comunicacional, o valor de uso dos produtos culturais e das práticas sociais tradicionais passa, de forma abrupta, ao seu valor de troca. Fora dessa perspectiva comunicacional, as tradições passam por um lento processo de desaparecimento num mundo encantado hoje em dia não mais apenas por sonoridades de cirandas e relatos de causos contados nas calçadas das hinterlândias brasileiras, mas por múltiplas narrativas que incluem os processos massivos do rádio e da TV, as práticas da cultura das mídias e da cibercultura.

Em meio ao desenvolvimento tecnológico das práticas midiáticas, a folkcomunicação é uma perspectiva teórica em que as práticas sociais e culturais folclóricas funcionam como produtoras de sentido, principalmente para comunidades que cultivam, em maior ou menor intensidade, práticas tradicionais. Nessa condição, essas práticas populares medeiam a reprodução de outros sistemas sócio-culturais: da mídia de massa e dos textos

eruditos. Ou seja, tais práticas populares dotam-se de uma dimensão comunicacional, como sugere Luiz Beltrão. É essa caracterização comunicacional que nos dias de hoje coloca os sistemas simbólicos – incluindo, portanto, o folclore – não apenas em movimento, mas dota tais sistemas simbólicos de um movimento acelerado, compreendido aqui como o próprio ritmo do tempo moderno em sua profusão, até mesmo incessante, de linguagens variadas e seus múltiplos códigos.

A modernização apresenta-se, no desenvolvimento histórico, como uma experiência de tempo em que a paisagem cultural torna-se movimentada pelo atravessamento de muitas outras narrativas possibilitadas ou dinamizadas pela industrialização da cultura principalmente ao longo do século XX. Na modernização, na medida em que é confundida com uma concepção endógena e ocidental de Modernidade (TOURAINÉ, 1994: p. 19), processos comunicacionais são compreendidos como processos midiáticos, ou seja, produzidos pela mídia de caráter industrial. A cultura, na medida em que se torna uma cultura midiática ao longo do século XX, dota-se assim de uma dinâmica de auto-transformação própria do discurso que caracteriza a modernização tecnológica, a massificação do consumo de informações e a centralização da produção discursiva em instâncias empresariais.

Nessas condições, mantendo o foco no pensamento de Luiz Beltrão, folkcomunicação aponta a dinâmica do processo que faz a modernização do mundo atravessar e subjetivar as práticas folclóricas, sendo os produtos da vida moderna simultaneamente reproduzidos na releitura que os sistemas folclóricos fazem dos produtos culturais da cultura moderna. O folclore, com suas virtualidades comunicacionais, é a ambiência primordial que confere à folkcomunicação uma singularidade como processo de produção simbólica nas transformações socioeconômicas da vida moderna. Como memória das tradições herdadas, o folclore é arrastado para o presente pelos processos midiáticos e atualizado na medida em que simultaneamente atravessa e é atravessado pelos processos comunicacionais midiáticos.

Ao longo do século XX, a cultura de modo geral torna-se enfaticamente uma cultura midiática com a emergência, consolidação e expansão dos processos comunicacionais, principalmente os de produção em massa. A força do processo de tecnificação arrasta praticamente todos os setores da vida que se pretende moderna, o

que inclui o mundo do trabalho, as relações sociais e também os processos de midiaticização que transformam não apenas o que se entende por comunicação, mas ainda o que se entende por cultura no bojo da midiaticização do mundo contemporâneo.

Folkcomunicação, como contraponto sugerido por Luiz Beltrão, aponta para o momento histórico em que a cultura popular brasileira, com ênfase no folclore, fornece as condições simbólicas para amplos setores populacionais produzirem modos de expressar opiniões e idéias através de suas práticas culturais, ou seja, usar os processos socioculturais como meio e ambiente para decodificar e fazer circular informações de outros ambientes socioculturais. Folkcomunicação, portanto, emerge como disciplina na condição de uma virtual interculturalidade nos interstícios da própria sociedade nacional, considerando as diferenças sociais decorrentes da formação histórica do estado-nação brasileiro.

O parâmetro teórico de Beltrão eram as pesquisas oriundas da psicologia e da sociologia americanas, a *mass communication research* que em certa medida forneceu boa parte do que hoje se entende como história das teorias da comunicação (DeFLEUR, BALL-ROKEACH, 1993; WOLF, 1995; BRETON, PROULX, 1997; MATTELART & MATTELART, 1997; TRINTA, POLITCHUK, 2003). O detalhe é que, no desenvolvimento desse campo de estudos, a comunicação, ao tornar-se industrialmente midiaticizada, passou historicamente de uma caracterização interpessoal e comunitária para uma produção tecnificada e massificada ao longo do século XX. A modernização industrial e as transformações midiáticas, portanto, tenderam a reduzir o conceito de comunicação às práticas representadas pela mídia de massa, caracterizadamente industrial. Nessa conjuntura do século XX é que a folkcomunicação, concebida teoricamente por Luiz Beltrão, designa a mediação dos sistemas culturais populares em nível interpessoal e comunitário na reprodução dos sistemas de comunicação de massa.

Portanto, ao fazer um contraponto teórico à *mass communication research*, a abordagem da folkcomunicação proposta por Luiz Beltrão reinstala na pesquisa em comunicação as práticas comunicacionais de caráter interpessoal e comunitário não necessariamente midiaticizadas, embora invariavelmente sejam atravessadas pelo discurso da mídia de massa. A folkcomunicação, ao considerar a comunicação interpessoal e comunitária, tendeu a ampliar o campo comunicacional que até então vinha se configurando

cientificamente pela adoção de um conceito de comunicação relacionado de forma reduzida à hegemonia da mídia industrial na constituição do imaginário moderno.

Em sua tese, defendida em 1967, Beltrão parte da hipótese, segundo a qual havia, metaforicamente, uma prática jornalística e opinativa em práticas sociais da cultura popular brasileira. Sistemas de opinião, que supostamente seriam produzidos apenas pelas elites letradas e de formação erudita, também eram visíveis em processos culturais populares. Como exemplo, ele cita as sátiras socioeconômicas e políticas entranhadas em manifestações como o bumba-meu-boi, folguedo típico do folclore nordestino, no qual a multidão de anônimos ironiza figuras como a do senhor de engenho, na conhecida tensão de classe social, e mesmo de figuras como a do “doutor” e do engenheiro funcionalmente a serviço do poder.

Beltrão visualiza metaforicamente uma espécie de jornalismo opinativo nessas manifestações da cultura popular, partindo dos preceitos de Paul Lazarsfeld sobre a existência de líderes de opinião que medeiam a circulação e o consumo de informações da grande mídia, fazendo o papel de intérpretes e reprodutores da informação da mídia massiva. Com base na conhecida hipótese do *two-step flow*, de Lazarsfeld, Luiz Beltrão sugere uma dinâmica em duas etapas no processo de comunicação em que personagens comuns da cultura popular brasileira também medeiam, em nível comunitário, a informação de fontes como a mídia de massa, e as traduzem em manifestações como literatura de cordel, artesanato, músicas, folguedos e outras formas de expressão populares.

Assim, Beltrão parte da pesquisa em comunicação de massa, originada como ciências sociais aplicadas nos EUA, para aplicá-las na singularidade do espaço socioeconômico e cultural brasileiro. A cultura popular, embora constituinte dos segmentos economicamente subalternos, é permeada de crítica social que, em graus diversos, sugere uma produção de opinião das massas populares sobre acontecimentos políticos e situações econômicas que incidem diretamente no cotidiano das pessoas comuns.

A diferença é que os sistemas populares de produção de opinião são invariavelmente, pelo menos na catalogação feita por Beltrão, produzidos em nível interpessoal e comunitário. Beltrão se refere a práticas sociais de cantadores, artesãos, músicos,

prosadores e a espaços de sociabilidade como praças e feiras onde o mais comum dos mortais participa dos sistemas de informação não como espectador, mas como “ator social”. Trata-se, portanto, de enfatizar sistemas de comunicação interpessoal e comunitário, ou seja, não massivos, embora os sistemas populares sejam mediadores do discurso da mídia massiva, o que é uma das caracterizações dos processos folkcomunicacionais. (BELTRÃO, 2001)

A metáfora do jornalismo popular, as mediações entre cultura erudita e popular, o distanciamento entre elites e massas, as transformações sociais necessárias em função desta distinção: estes são itens aos quais Luiz Beltrão recorre para construir a relação entre comunicação e cultura como elementos fundamentais no processo de desenvolvimento social do país. O ambiente folclórico, marcado pela repetição das manifestações tradicionais, passa a se relacionar intensamente com a midiaticização do mundo moderno que se anuncia com o desenvolvimento da imprensa e a emergência do rádio (anos 20) e da TV (anos 50), ou seja, o processo de instituição política e econômica dos sistemas de comunicação de massa eletrônicos do século XX.

“As fronteiras culturais são abolidas no mercado comum das mass-media” afirmaria, na mesma época, Edgar Morin (1975: p. 33). Em seguida, diria o mesmo autor: “A cultura industrial é o único grande terreno da comunicação entre as classes sociais” (MORIN, 1975: p. 33).

### **Massivo e popular: Paradoxos de um objeto folkcomunicacional**

Na sistematização de processos folkcomunicacionais enumerados na tese de 1967, Luiz Beltrão enquadra em sua maioria processos culturais populares que tornam-se mediações nas quais os sistemas massivos ou eruditos são recodificados *pela e para* as comunidades tradicionais em meio à sua condição de massa populacional. No entanto, entre uma maioria de meios de expressão de caráter interpessoal e comunitário do folclore, Beltrão inclui os chamados almanaques no item “informação escrita”. O detalhe é que havia almanaques, de ampla distribuição no Brasil, com tiragens de 2 milhões de exemplares, caso do Almanaque Brasil, em 1941, chegando a 3 milhões de exemplares em 1952. (BELTRÃO, 2001: p. 196)

Ou seja, ao enunciar sua tese, Beltrão precisou lidar metodologicamente com a ainda imprecisa natureza do processo que ele começava a designar por folkcomunicação: se a) uma dimensão comunicacional em práticas folclóricas como meios de expressão popular ou b) se um consumo de outras mídias já em fase de massificação como o demonstram as tiragens dos almanaques. O dado relevante é que a natureza dos processos nomeadamente folkcomunicacionais carregam essa dubiedade em função das transformações por que já passava a sociedade brasileira ao longo do século XX, incluindo a massificação midiática, o aumento na capacidade de consumo de produtos de uma indústria cultural emergente e maior amplitude no hábito de leitura por parte da população.

A leitura de almanaques – alguns mais sofisticados, outros menos, do ponto de vista da produção gráfica – pode ser considerada indício de um país em transformação socioeconômica e cultural. Os almanaques eram editados artesanalmente por indivíduos e pequenas gráficas particulares, mas também por empresas jornalísticas e de publicidade e, ao modo de ferramentas de relações públicas e comunicação organizacional, por laboratórios de produtos farmacêuticos e de outros ramos da indústria. Distribuídos gratuitamente, tinham variedade de temas, tratamento leve para o conteúdo, emprego de recursos intelectuais e gráficos com objetivo de entretenimento e educação do espírito. (BELTRÃO, 2001: p. 176-177)

Os objetos dos estudos folkcomunicacionais, portanto, nasceram com essa dubiedade, pois o próprio conceito de folkcomunicação sugeria os paradoxos da modernização experimentada pela sociedade brasileira. Ao elaborar o que seriam as práticas folkcomunicacionais, Beltrão enquadra o folclore como modo de expressão popular, com alguns atributos: a coletividade anônima não como espectadora, mas como participante e produtora de informações, inventora de linguagens, embora considerasse que as manifestações folclóricas, como sistemas de opinião e crítica social, vinham evidentemente atravessadas pela informação da mídia de massa. Tratava-se, portanto, como o próprio Beltrão interpretava e enfatizava, de um processo de intercâmbio entre dois sistemas socioculturais distintos formados por uma elite com desempenho linguístico (leitura, principalmente) e uma massa com desempenho semiótico de outras linguagens (sonoras, visuais, aromáticas, gestuais, coreográficas, ou seja, outros saberes, outras epistemes).

Em outra concepção, Beltrão, ao incluir os almanaques já de consumo massificado no Brasil como “meios de expressão popular”, indica outro caminho: o do consumo, prática socioeconômica que não sugere produção de informações pelas coletividades anônimas, mas, ao contrário, sugere a recepção de informações produzidas e dirigidas pela elite empresarial ao perfil médio das massas. A leitura de almanaques, distribuídos gratuitamente, sugere, portanto, um meio de expressão popular, mas de produção centrada em poucos e direcionada a muitos – o que já era característica da comunicação de massa, modelo comunicacional a partir do qual a folkcomunicação se distingue produzindo sua singularidade como modelo comunicacional e perspectiva teórica.

O almanaque como item folkcomunicacional, no entanto, é indicativo de um Brasil onde a leitura tornava-se um fenômeno sociocultural emergente e um modo de imersão da sociedade civil na experiência da modernidade cultural e da modernização econômica e industrial. Na interpretação de Luiz Beltrão, como se pode inferir de seu texto produzido em 1967, a prática de leitura se anunciava como elemento constituinte do processo de desenvolvimento de um país marcado historicamente pela assimetria no acesso aos benefícios da modernização.

No capitalismo que se transforma, e com ele a estrutura social, a folkcomunicação também indica as transformações do que se compreende como prática comunicacional, seja ela midiaticizada industrialmente ou não. Nessas condições mutantes, sob pressão do processo modernizador, Luiz Beltrão optou por ampliar o enquadramento dos objetos folkcomunicacionais, na medida em que resolve incluir os almanaques, já de características industriais e de produção centrada em poucos, na tipologia folkmediática que mais tarde seria revisitada por outros pesquisadores que desenvolveram a folkcomunicação como disciplina.

O almanaque, como “meio de expressão”, não era reconhecidamente industrial, pois havia, na época, títulos caracterizadamente artesanais, embora já de circulação massiva. Por outro lado, almanaques também não eram exatamente produzidos no âmbito do folclore, mas pensado para abarcar a média cognitiva que permite conectar os homens comuns através de um “meio de expressão” que começa a se insinuar, num processo evolutivo, como mídia de massa e, portanto, de apelo popular no plano do consumo massificado.

A leitura de almanaques como indicador de uma prática de leitura que se torna visível num país historicamente marcado por altos índices de analfabetismo pode ser considerado um ponto positivo no desenvolvimento nacional, pela ampliação de uma massa de leitores, cuja instrumentalização para leitura é o que tornaria mais acessíveis informações do mundo moderno, incluindo educação científica, à população em geral. Porém, o conteúdo voltado para curiosidades em geral, ao ter como parâmetro o conhecimento médio do leitor, tenderia a fazer do almanaque, como emergente mídia de massa, uma ferramenta de mero entretenimento, caracterização que hoje tipifica a mídia industrial.

Leitores médios, espectadores médios. Era do “homem médio”, que hipoteticamente busca se beneficiar do mundo moderno, mas sem participar efetivamente desta condição da vida social, é que se ocupava outro intérprete da modernização que é o filósofo espanhol José Ortega y Gasset (1987). Se por um lado a leitura de almanaques sugeria um país que saía, ainda que lentamente, das margens do analfabetismo, convém anotar que historicamente a produção desse leitor e espectador médio é que se tornou, ao longo da história da pesquisa em comunicação, pelo menos no Brasil, alvo de vários estudos sobre comunicação e ideologia que visaram, acima de tudo, demonstrar como essa versão liberal da democracia é que produziu, em outros momentos, o que os críticos chamam de “analfabetos funcionais” e “analfabetos políticos”, cujas condições socioeconômicas e culturais tornaram o jogo das desigualdades sociais mais perverso para a imensa massa populacional enquadrada nessas categorias.

Ao invés de insistir nessa linha evolutiva, o que o colocaria na já antiga visão de comunicação como ciência do comportamento em busca da mídia modernamente eficiente<sup>3</sup>, Beltrão parece repensar e retornar com mais ênfase, ainda no texto de 1967, ao que é a singularidade do seu trabalho como pesquisador e inovador teórico: o folclore como ambiência ou intermediação entre os sistemas de mídia industrial e as massas populacionais, tendo como protagonistas não editores e jornalistas formais, mas cidadãos comuns das comunidades que cultivam as tradições, aparentemente distanciados da vida moderna que se apresenta no Brasil à altura da segunda metade do século XX.

Beltrão optou por acentuar o recorte do objeto folkcomunicação no folclore como mediador das informações da mídia industrial e no protagonismo do homem comum como produtor de mensagens, portanto, como ator social que deixa sua marca de linguagem no processo histórico – embora essa linguagem não seja exatamente aquela formal, escrita, que obedece às normas-padrão dos ambientes eruditos. A nosso ver, a ênfase nesse recorte incisivo sobre a cultura popular como modo de expressão confere a maior singularidade à obra teórica de Beltrão, uma vez que o roteiro de sua tese tem o vigor de dar visibilidade exatamente a atores da camada social que invariavelmente, diante das chamadas “grandes narrativas” da modernidade, não são apresentados como sujeitos constituintes da história. O folclore, como mediador das linguagens do mundo moderno, tem o vigor de permitir a inscrição de um discurso popular em seus próprios modos de se reinventar o mundo em que se vive.

Como mediadora entre o mundo moderno e as massas populares, a cultura popular, ou mais precisamente o folclore, como anota Beltrão, ganha nova dinâmica. Insistindo em não ser letra-morta, o folclore torna-se o ambiente que permite a tradução intersemiótica e a reprodução das mais variadas linguagens pelos segmentos que não necessariamente dominam a linguagem verbal escrita. Mas, paradoxalmente, sem o domínio de muitas ferramentas que produziu a civilização moderna, demonstram muito mais radicalidade na crítica social através de folguedos como bumba-meu-boi e atividades como a malhação-do-judas do que em muitas práticas de leitura apaziguadas pela democracia de vertente liberal.

Em outra obra posterior é que Luiz Beltrão vai pontuar mais precisamente a definição de folkcomunicação:

“No sistema de folkcomunicação, embora a existência e utilização, em certos casos, de modalidades e canais indiretos e industrializados (como emissões desportivas pela TV, canções gravadas em disco ou mensagens impressas em folhetos e volantes), 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. A recepção sem este intermediário só ocorre quando o destinatário domina seu código e sua técnica, tendo capacidade e possibilidade de usá-lo, por sua vez, em

resposta ou na emissão de mensagens originais”. (BELTRÃO, 1980: p.27)

### **Considerações finais**

Entre anotar as virtudes da modernização – afinal, Beltrão como escritor, jornalista, pensador, cientista e membro da classe média era um homem moderno – e pontuar virtudes também na outra racionalidade das culturas populares, o criador da folkcomunicação tendeu a dotar sua produção teórica marcando-a pela realidade das massas populacionais dos cidadãos comuns. Os mesmos comuns presentes também no cinema de Glauber Rocha, no jornalismo literário de Euclides da Cunha, na música de Luiz Gonzaga, no teatro de Ariano Suassuna. Cinema, literatura, música e teatro, para ficar apenas em alguns segmentos das artes, constituem o Brasil moderno que não ignorou o Brasil tradicional e popular, o mesmo acontecendo com a ciência comunicacional de Luiz Beltrão.

Basta percorrer o modo como Beltrão produz sua tese: uma narração histórica da formação socioeconômica e cultural do Brasil colonial ao país contemporâneo, a dialética entre elite e massa. Como consequência, distintas apropriações dos benefícios oriundos da modernização capitalista, a existência de uma massa populacional alheia às competências no consumo de códigos modernos, a cultura popular como modo tático de expressão de opiniões e a emergente mídia de massa como acesso hegemônico aos códigos da vida moderna.

Jornalista já de ampla experiência, Beltrão certamente desenvolve seu pensamento comunicacional como cientista numa fase já madura da vida pessoal e profissional. Investe na formação científica numa perspectiva de quem observa, testemunha e interpreta o processo de modernização do país. O detalhe é que Beltrão faz essas observações a partir de um local singularizado sociologicamente que é o Nordeste brasileiro, onde a modernização, assim como nas demais regiões do país, tem sido historicamente contraditória, principalmente nas relações que trava não apenas com as tradições populares, mas com o capitalismo tradicional.

Na conclusão, explicita sua visão de mundo, na qual a modernização poderia ser vista como um fenômeno histórico dotado de virtudes, embora, sabidamente, no caso

brasileiro, tenha sido promovido de forma assimétrica para uma elite beneficiada e uma massa populacional que permaneceu à margem do desenvolvimento socioeconômico, político e cultural. As diferenças culturais, no caso, vinham simultaneamente como resultado e agora condição de prorrogação das desigualdades econômicas.

Na conjuntura histórica, marcada na década de 1960 pelo autoritarismo do regime militar, Beltrão produz uma tese numa abordagem nacionalista. Integração nacional era um tema em voga no momento e palavra de ordem no sistema militar que governava o país de vasta extensão territorial. Nesse aspecto é que havia duas grandes barreiras para a possível integração nacional via processos de comunicação: a distinção social entre uma elite culta e uma massa populacional com altos índices de analfabetismo e a disparidade geográfica entre um litoral em desenvolvimento e amplas hinterlândias subdesenvolvidas nos interiores do país.

Necessário, portanto, localizar o pensamento comunicacional de Luiz Beltrão em duas situações: **a)** estágio do capitalismo em sua capacidade de auto-modulação que lhe permitiu alçar à condição de modo de produção hegemônico na economia em escala global e **b)** localização nas condições políticas da época de regime militar, de discurso de integração nacional e de uma emergente sociedade de consumo em nível massivo. Essa é a condição em que o capitalismo se desdobra e se afirma numa condição mutante. A transformação do capitalismo se refere ao modo de funcionamento de sua própria reprodução ao longo da constituição histórica do Ocidente (WALLERSTEIN, 2001).

A folkcomunicação, nessas condições históricas, se refere ao modo de funcionamento das práticas de produção de sentido por parte de amplas faixas da população brasileira, para as quais a cultura popular em geral e o folclore em particular constituem o ambiente simbólico que permite traduzir, reproduzir e reinventar as informações de outros estratos sociais não como devem ser decodificadas literalmente, mas como podem ser recodificadas, conforme as virtualidades de intercâmbio entre segmentos distintos da sociedade.

Como se deve lembrar, a década de 1960, quando se enunciou a tese da folkcomunicação, o mundo experimentava alterações radicais que reconfiguraram o

imaginário de fim de século XX e com as devidas ressonâncias neste início de século XXI. Maio de 1968 fez emergir distintas categorias sociais: o feminismo, a juventude, o ambientalismo (MORIN, 2006). A contracultura, tendo como movimento dos mais visíveis e de alcance internacional a música, principalmente o rock, evidenciava exatamente o poder de uma cultura jovem que começava a ganhar visibilidade. No contraponto da configuração de uma ordem tecnocrática, as invenções das muitas subjetividades contemporâneas.

Naquela época vários acontecimentos também reconfiguravam o Brasil rumo à sua experiência moderna: grandes redes de TV emergiam com programação nacional, impulsionadas pela criação da Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel). Instituições de fomento à cultura foram criadas: Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme), o Instituto Nacional do Livro, o Serviço Nacional de Teatro, a Fundação Nacional de Arte (Funarte) e o Conselho Federal de Cultura. (RIDENTI in BASTOS, RIDENTI, ROLLAND: 2003, p. 202)

A modernidade, como o demonstra a história do Ocidente, ao desculturar as populações do (então) Terceiro Mundo, transforma populações em massas incultas (LATOUCHE, 1996: p. 49). Nesse sentido, a folkcomunicação, como mediação entre cultura popular e indústria cultural, assinala o protagonismo do homem comum como contraponto a perspectivas teóricas conformistas diante do processo avassalador da modernização brasileira. É uma questão que pode ser desenvolvida a partir da sistematização epistemológica já em desenvolvimento por pesquisadores da cultura brasileira e da folkcomunicação (BENJAMIN, 1999), a partir da perspectiva inaugurada por Luiz Beltrão e considerando o mal-estar constante provocado pela modernização em sua vertente capitalista.

A história econômica do Brasil moderno certamente produziu uma centralidade nas elites como produtoras da história. Mas o campo cultural incluiu segmentos que configuravam uma modernidade muito mais auto-reflexiva e auto-crítica, na medida em que artistas e produtores culturais, pertencentes a uma elite culta, embora não necessariamente econômica, constituíram categorias profissionais – no teatro, no cinema, na música, na literatura – que souberam com mais precisão e ousadia pôr em pauta um outro Brasil, aquele das multidões anônimas, que ainda continua sendo a

nossa mais distante, e simultaneamente próxima, alteridade social. Os paradoxos da modernidade e as contradições da modernização continuam.

No campo jornalístico e científico, Luiz Beltrão assinala esse período de transição em que o Brasil tem a sua própria experiência de modernidade, embora se saiba que a modernidade, em sua configuração histórica, seja necessariamente contingente e força mudanças conceituais e estruturais constantemente. A folkcomunicação, com os paradoxos dos seus objetos de pesquisa, que na verdade são processos socioeconômicos e culturais, dota-se de uma singularidade conceitual a fim de que as ciências da comunicação também tenham aquela auto-reflexividade, própria da modernidade, para que os processos comunicacionais sejam compreendidos a partir da infinidade de possibilidades do que pode significar cultura no mundo contemporâneo.

### Referências

- BASTOS, Elide Rugai; RIDENTI, Marcelo; ROLLAND, Denis (orgs.). Intelectuais: Sociedade e política, Brasil-França. São Paulo: Cortez Editora, 2003.
- BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicação: A comunicação dos marginalizados. Rio de Janeiro: Cortez, 1980.
- BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicação: Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2001.
- HOBBSBAWN, Eric; RANGER, Terence (orgs.). A invenção das tradições. Trad. Celina Cardim Cavalcanti. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.
- BENJAMIN, Roberto. A nova abrangência da folkcomunicação. PCLA, vol. 1, no. 1, out-nov-dez 1999.  
Disponível em: <[www2.metodista.br/unesco/pcla/revista1/artigos3.html](http://www2.metodista.br/unesco/pcla/revista1/artigos3.html)>.
- BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas simbólicas. São Paulo: Editora Perspectiva, 2007.
- BRETON, Philippe; PROULX, Serge. A explosão da comunicação. Trad. Maria Carvalho. Lisboa: Bizâncio, 1997.
- GIDDENS, Anthony. Modernidade e identidade. Trad. Plinio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.
- IANNI, Octavio. Teorias da globalização. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

LATOUCHE, Serge. A ocidentalização do mundo: Ensaio sobre a significação, o alcance e os limites da uniformização planetária. Trad. Celso Mauro Paciornik. Petrópolis: Editora Vozes, 1996.

LEMOS, André. Cibercultura: Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Editora Sulina, 2004.

LÉVY, P. Cibercultura. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. História das teorias da comunicação. Trad. Nelson Amador. Porto: Campo das Letras, 1997.

MELO, José Marques de. Folkcomunicação, estratégia de resistência das culturas subalternas. Comunicação: Veredas, ano III, no. 3, nov 2004, pp. 343-359.

MELO, José Marques de. Teoria de la Comunicación: Aporte brasileiro. In: Comunicación multicultural em Iberoamerica: Historia contextual y teoria comparada. São Paulo: Confibercom-Alaic-Sociom/Intercom-Cátedra Unesco-Umesp de Comunicação, 2010, pp. 53-61.  
Disponível em: <<http://issuu.com/encipecom2/docs/comunicacaomulticultural>>.

MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX: O espírito do tempo. Trad. Maura Ribeiro Sardinha. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1975.

MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX: Necrose. Trad. Agenor Soares Santos. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

ORTEGA y GASSET, José. A Rebelião das Massas. Martins Fontes, São Paulo, 1987.

SANTAELLA, Lucia. Cultura das mídias. São Paulo: Experimento, 1996.

SCHMIDT, Cristina. Folkcomunicação: Estado do conhecimento sobre a disciplina. Bibliocom, ano 1, no. 0, nov-dez 2008.  
Disponível em: <[www.intercom.org.br/bibliocom/zero/pdf/schmidt.pdf](http://www.intercom.org.br/bibliocom/zero/pdf/schmidt.pdf)>.

SCHMIDT, Cristina. Fokcomunicação: Uma metologia participante e transdisciplinar. Revista Internacional de Folkcomunicação, vol. 1, no. 3, 2004.  
Disponível em: <[www.revistas.uepg.br/index.php?journal=folkcom](http://www.revistas.uepg.br/index.php?journal=folkcom)>.

TOURAINÉ, Alain. Crítica da Modernidade. Trad. Elia Ferreira Edel. Petrópolis: Vozes, 1994.

TRIGUEIRO, Oswaldo Meira. O ativista midiático da rede folkcomunicacional. Revista Internacional de Folkcomunicação, vol. 1, no. 7. 2006. Disponível em: <<http://www.revistas.uepg.br/index.php?journal=folkcom>>.

TRINTA, Aluísio; POLISTCHUK, Ilana. Teorias da comunicação – O pensamento e a prática da comunicação social. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2003.

WALLERSTEIN, Immanuel. Capitalismo histórico & civilização capitalista. Trad. Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Contraponto, 2001.

WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Trad. Maria Jorge de Vilar de Figueiredo. Lisboa: Editorial Presença, 1995.

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado no X Congresso da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic), Grupo de Trabalho (GT) de Folkcomunicação, realizado de 22 a 24 de setembro de 2010, na Pontificia Universidad Javeriana (PUJ), em Bogotá, Colômbia. Este artigo faz parte do projeto de pesquisa “Modernização tecnológica e midiática: Imagens da cidade e mediações do cosmopolitismo” (Propeq/UFMT).

<sup>2</sup> Professor do Departamento de Comunicação Social e do Mestrado em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso (ECCO-UFMT). Líder do Núcleo de Estudos do Contemporâneo (NEC-UFMT), em Cuiabá, Mato Grosso, Brasil. E-mail: yug@uol.com.br

<sup>3</sup> Objetivo tão intensamente buscado pela *mass communication research* americana ao longo do século XX e que marcou uma perspectiva psicossocial na pesquisa em comunicação.

y P