

FOLKCOMUNICAÇÃO NA ERA DIGITAL

A comunicação dos marginalizados invade a aldeia global¹

*José Marques de Melo*²

Resumo:

Apesar de sua universalidade, a Folkcomunicação, constituída como sistema de expressão cultural das classes subalternas ou dos grupos marginalizados, vem merecendo maior atenção por parte dos pesquisadores nos países de industrialização tardia. No caso emblemático do Brasil, a compreensão da sua resistência em território nacional gerou uma disciplina acadêmica, cujo estoque de saber tem sido útil para melhor integração da cultura popular com o sistema de comunicação massiva. Ao contrário das previsões apocalípticas daqueles que vaticinaram seu esgotamento gradativo, no momento em que a sociedade midiática atingisse o seu apogeu, trata-se de um campo de estudos que vem sendo fortalecido e atualizado continuamente. A folkcomunicação mostra-se aliás bastante robustecida na era digital. Fundamentado em estudo exploratório feito na Internet, pretendemos demonstrar como essa mídia contra-hegemônica vem potencializando a difusão mundial das formas de sentir, pensar e agir dos segmentos economicamente excluídos, das comunidades culturalmente marginalizadas ou dos grupos politicamente segregados.

Palavras-chave: Folkcomunicação. Mídia contra-hegemônica. Cultura popular. Internet. Brasil

Resumen:

Aunque sea un hecho universal, la Folkcomunicación, constituída como sistema de expresión cultural de las clases subalternas o de los grupos marginados, recibe atención más destacada de los investigadores en los países recién industrializados. En el caso emblemático de Brasil, el estudio de su resistencia en territorio nacional respalda una disciplina académica, responsable por la construcción de un tipo de saber útil a la interacción eficaz entre cultura popular y comunicación masiva. Al revés de las miradas apocalípticas de los que predician su gradativo agotamiento, en la cumbre de la sociedade mediática, se trata de un campo de investigación que se hace fuerte y busca contínua actualización. En verdad la folkcomunicación enseña vigor en la edad digital. Anclados en estudio de naturaleza exploratória, pretendemos demostrar como ese sistema mediático contra hegemónico viene potenciando la difusión mundial de las formas de sentir,

¹ Texto da conferência a ser proferida na V Bienal Iberoamericana de Comunicación. México, Campus Estado de México do Instituto Tecnológico de Monterrey, 19-22 de setembro de 2005.

² Professor Emérito da Universidade de São Paulo e Diretor da Cátedra UNESCO de Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo.

pensar e actuar de las poblaciones economicamente excluídas, de las comunidades culturalmente marginadas o de los grupos politicamente segregados.

Palavras-clave: Folkcomunicação. Medios contra hegemônicos. Cultura popular. Internet. Brasil

Introdução

O signo da globalização acelerada afigura-se como balizador do roteiro percorrido pela civilização neste início do século XXI. Na esfera político-econômica, os encontros anuais de *Davos* e *Porto Alegre* oferecem nítidas evidências de tal processo mundializador. Ao norte, agentes da economia internacionalizada; ao sul, militantes políticos anti-globais, reúnem-se para vociferar suas teses e antíteses. Entretanto, apenas as elites incorporam tais eventos e performances ao seu imaginário. Frente a eles, as camadas populares agem como meros expectadores. Sem apreender-lhes o sentido, os cidadãos comuns terminam por alijar da sua vida cotidiana a retórica dessas manifestações ruidosas.

Mas esse fenômeno comporta uma outra dimensão, nem sempre perceptível a olho nu. Ele repercute intensamente nas conversações familiares, projetando-se nos grupos de vizinhança, e por isso mesmo acaba sendo incorporada ao universo simbólico das comunidades periféricas. Trata-se do mosaico cultural que a mídia globalizada exhibe diariamente, rompendo o isolamento social em que os grupos periféricos viveram até recentemente. Costumes, tradições, gestos e comportamentos de outros povos, próximos ou distantes, circulam amplamente na *aldeia global*. Da mesma forma, padrões culturais que pareciam sepultados na memória nacional, regional ou local ressuscitam profusamente. Facilitando a interação entre gerações diferentes, eles permitem o resgate de celebrações, ritos ou festas aparentemente condenados ao esquecimento.

Trata-se de um torvelinho cultural que antagoniza, compara, distingue e mescla símbolos de diferentes nações, regiões, cidades, bairros, povoados (COCHRANE, 1995), constituindo a expressão contumaz daquela riqueza do folclore midiático. Como evento singular, ele fora esboçado na *teoria folkcomunicação* de Luiz BELTRÃO (1967). A rigor, ele corresponde à seqüência brasileira de um episódio histórico protagonizado emblematicamente por Marshal McLUHAN (1951). Ao perceber essa mutação cultural, com a argúcia e a astúcia que lhe eram típicas, o pensador canadense rotulou-a apropriadamente como *folclore do homem industrial*.

Há meio século, portanto, o folclore da sociedade industrial refletia a apropriação da “cultura popular” pela poderosa “cultura de massas”. Processando símbolos e imagens enraizados nas tradições nacionais dos países hegemônicos, as indústrias culturais as convertiam em mercadorias, distribuindo-as para o consumo das multidões planetárias (BAUSINGER, 1961). Desta maneira, o *folclore midiático*, típico da sociedade pós-industrial, configurou-se como amalgama de

signos procedentes de diferentes geografias nacionais ou regionais, buscando projetar culturas seculares ou emergentes no novo mapa mundial.

Os espaços ocupados pelas tradições populares na agenda midiática contemporânea podem traduzir iniciativas destinadas a preservar identidades culturais ameaçadas de extermínio ou estagnação, quando confinadas em territórios pretensamente inexpugnáveis. Mas também podem funcionar como alavancas para a renovação dos modos de agir, pensar e sentir de grupos ou nações que, empurrados conjunturalmente para o isolamento mundial, haviam permanecido refratários à incorporação de novidades.

Nesse sentido, o folclore midiático possui dupla face. Da mesma forma que assimila idéias e valores procedentes de outros países, preocupa-se com a projeção das identidades nacionais, exportando conteúdos que explicitam as singularidades dos povos aspirantes a ocupar espaços abertos no panorama global.

Enquanto “laboratório de civilização” onde a “mestiçagem” tornou-se paradigmática (RAMOS, 1952), o Brasil continua a oferecer evidências de um “sincretismo” cultural continuamente renovado. Nossa cultura nacional foi amalgamada pela conjunção de símbolos oriundos de povos multifacetados. O contingente lusitano trouxe-nos um legado híbrido de tradições euro-latinas, incorporando traços civilizatórios assimilados nos territórios africanos e asiáticos, onde suas naveas aportaram pioneiramente. Essa matriz hegemônica incorporou traços inconfundíveis das civilizações ameríndias que habitavam o nosso litoral, nos tempos da colonização, e que foram expulsas da faixa atlântica, sobrevivendo isoladamente na selva amazônica e outros focos bravios. A elas se juntaram os costumes e expressões das comunidades africanas, trazidas compulsoriamente nos navios negreiros para desempenhar funções produtivas nas plantações açucareiras, pecuária extensiva ou nos complexos auríferos.

Dessa imbricação simbólica resultou uma pujante *cultura popular* responsável em grande parte pela natureza da identidade nacional brasileira, que se reproduziu heterogeneamente durante cinco séculos em todos os quadrantes da nossa geografia. Contudo, os traços explicitamente homogêneos da chamada *cultura brasileira* são aqueles herdados da *cultura erudita* euro-latina, disseminados sistematicamente pela rede escolar, igreja católica e outras instituições respaldadas pelo aparato estatal.

Trata-se de dualismo cultural que se foi alterando, no decorrer do século XX, pela penetração de padrões consentâneos com a fisionomia polifacética da emergente *cultura de massas*, importada de matrizes inicialmente européias e ultimamente das indústrias simbólicas norte-americanas (MARQUES DE MELO, 1970). Essa corrente teve efeitos significativos na configuração do nosso perfil cultural contemporâneo, que deixa de refletir o “arquipélago cultural” outrora identificado por Manuel DIÉGUES JÚNIOR (1960), projetando aquela faceta que Renato ORTIZ (1988) rotulou apropriadamente como a “moderna tradição brasileira”.

Estamos, portanto, em pleno processo de transmutação da nossa identidade cultural, compelidos a continuar importando padrões oriundos das matrizes da indústria mundial de bens simbólicos, mas também participando desse mercado internacional potencializado pela cultura massiva. (MARQUES DE MELO, 1998)

Pressupostos teóricos e metodológicos

O midiólogo canadense Marshall McLUHAN (1951) debutou no cenário intelectual norte-americano, em meados do século XX, com a publicação do livro *The Mechanical Bride*.

Nesse livro, ele cumpriu a tarefa de explicitar a gênese da cultura de massas, ou seja, quando a mídia catalisou os sentidos da sociedade norte-americana. Sua pesquisa tomou como referencial os anúncios publicitários e as peças de entretenimento (quadrinhos, cinema, televisão) difundidos pelos jornais diários e revistas periódicas.

Estava implícita a idéia de que o “homem industrial”, vivendo nas periferias das megalópoles, inseria-se numa *cultura de massa* enraizada nas *tradições populares*. Este é inegavelmente o “segredo” do êxito alcançado pela indústria midiática dos EUA, alicerçando-se no arsenal simbólico das comunidades rurais edificadas pelos antigos colonizadores ingleses ou no legado cultural introduzido pelos contingentes de imigrantes. Estes formariam comunidades urbanas amalgamadas à forte *cultura popular* norte-americana, preservada pelo aparato estatal e ao mesmo tempo fortalecida pelas agências socializadoras atuantes em todo o território nacional.

Ao massificar-se, essa cultura popular criou elos interativos entre *ianques* primitivos e adventícios. Preparava, assim, o terreno para sua exportação a todo o planeta, consubstanciando a *aldeia global*.

Na mesma conjuntura em que Marshall McLuhan, ao norte das Américas, formulava hipóteses, posteriormente confirmadas como realidades inequívocas, ao sul do Equador, Luiz Beltrão, diagnosticava situação diametralmente inversa. O Brasil perfilava-se como uma sociedade marcada pela vigência de uma mídia elitista, ancorada nos valores da cultura erudita. Donde a necessidade de decodificação das suas mensagens para serem assimiladas pelas camadas populares da nossa sociedade.

A este processo de tradução dos conteúdos midiáticos pelos “meios populares de informação de fatos e expressão de idéias”, BELTRÃO (1967) denominou Folkcomunicação. Sua tese de doutorado foi dedicada a elucidar as estratégias e os mecanismos adotados pelos agentes folkcomunicacionais no sentido de tornar inteligíveis fatos (informações), idéias (opiniões) e diversões (entretenimento). Em pesquisas posteriores BELTRÃO (1980) comprovou que a imprensa, o rádio, a

televisão e o cinema difundem mensagens que não logram a compreensão de vastos continentes populacionais. Esses bolsões “culturalmente marginalizados” reagem de forma nem sempre ostensiva, robustecendo um sistema midiático alternativo. Constroem e acionam veículos artesanais ou canais rústicos, muitas vezes estabelecendo também uma espécie de *feedback* em relação ao sistema hegemônico.

As pesquisas desenvolvidas pelos discípulos de Luiz Beltrão atestam contemporaneamente a pujança dos processos folkcomunicaçãois na base da nossa sociedade. Seus resultados demonstram a persistência daqueles contingentes “marginalizados” da sociedade de consumo, que ainda demandam a decodificação “popular” dos conteúdos elitistas veiculados pela mídia convencional (BENJAMIN, 2000).

Evidencia-se, contudo, a emergência de uma corrente em sentido oposto, qual seja a incidência de temas populares na mídia massiva, refletindo a sensibilidade dos seus editores para corresponder às expectativas dos segmentos que se incorporam ao seu mercado consumidor, principalmente na imprensa diária. Tais processos folkmidiáticos (MARQUES DE MELO, 2004) começam a ser desvendados pela nova geração que integra a Rede Brasileira de Pesquisadores de Folkcomunicação.

Ao avaliar essa tendência, somos levados a concluir que estaríamos reproduzindo, meio século depois, aquele fenômeno que McLUHAN identificara na América do Norte (Estados Unidos e Canadá), dando-lhe o rótulo de “folclore do homem industrial”.

A disciplina

A Folkcomunicação configura hoje um segmento inovador de pesquisa latino-americana no âmbito das ciências da comunicação. Dedicar-se ao “estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias”.

O objeto de pesquisa dessa nova disciplina (MARQUES DE MELO, 2005) situa-se na fronteira entre o **Folclore** (resgate e interpretação da cultura popular) e a **Comunicação de Massa** (difusão industrial de símbolos através de meios mecânicos ou eletrônicos destinados a audiências amplas, anônimas e heterogêneas).

Se o **Folclore** compreende *formas grupais de manifestação cultural protagonizadas pelas classes subalternas*, a **Folkcomunicação** caracteriza-se pela utilização de *estratégias de difusão simbólica capazes de expressar em linguagem popular mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural*.

Luiz Beltrão a entendia como processo de **intermediação** entre a **cultura das elites** (erudita ou massiva) e a **cultura das classes trabalhadoras** (rurais ou urbanas).

Dentro dessa perspectiva, realizaram-se as primeiras pesquisas do gênero, privilegiando **decodificações da cultura de massa** (ou suas leituras simplificadoras da cultura erudita) feitas por veículos rudimentares, nos quais se abastecem simbolicamente os segmentos populares da sociedade.

Contudo, para legitimar-se socialmente e para conquistar os mercados constituídos por cidadãos que não assimilaram inteiramente a cultura alfabética, a indústria cultural brasileira necessita retroalimentar-se continuamente na cultura popular. Muitos dos seus produtos típicos, principalmente no setor do entretenimento, resgatam símbolos populares, submetendo-os à padronização da fabricação massiva e seriada. Tais apropriações são mais comuns nos formatos ficcionais ou musicais.

A folkcomunicação adquire cada vez mais importância, pela sua natureza de instância mediadora entre a cultura de massa e a cultura popular, protagonizando fluxos bidirecionais e sedimentando processos de hibridação simbólica. Ela representa inegavelmente uma estratégia contra-hegemônica das classes subalternas (MARQUES DE MELO, 1980). Trata-se de uma negociação a um só tempo sutil e astuciosa, naquela acepção cunhada pelo italiano Antonio GRAMSCI (1979) e reinterpretada pelo brasileiro Edison CARNEIRO (1965), que influenciou decisivamente o arcabouço teórico construído por Luiz Beltrão.

Os paradigmas

Luiz Beltrão lançou a plataforma dessa nova disciplina no âmbito das ciências da comunicação no primeiro número da revista **Comunicações & Problemas**. No artigo sobre o “ex-voto”, ele suscitava o olhar dos pesquisadores da comunicação para um tipo de objeto que já vinha sendo competentemente estudado pelos antropólogos, sociólogos e folcloristas, mas negligenciado pelos comunicólogos. (MARQUES DE MELO, 2003)

Seu argumento implícito era o de que as manifestações populares, acionadas por agentes de “informação de fatos e expressão de idéias”, tinham tanta importância comunicacional quanto aquelas difundidas pelos *mass media*. Por isso mesmo recorria ao arsenal metodológico já testado e aperfeiçoado no estudo de manifestações convencionais do *mass-journalism* (formatadas de acordo com os canais pós-gutenbergianos). E as transportava para analisar as ricas expressões daquilo que sugeria como integrantes do *folk-journalism* (veiculadas em canais pré-gutenbergianos ou usando tecnologias tão rudimentares como a *prensa* de Mogúncia).

Na verdade, Beltrão descobrira que os processos modernos de comunicação massiva coexistiam, no espaço brasileiro, com os fenômenos de comunicação pré-moderna. Eram reminiscências do período medieval-europeu, transportadas pelos colonizadores lusitanos e historicamente aculturadas, aparentando uma espécie de *continuum* simbólico. Mesmo primitivos ou artesanais, tais veículos de comunicação popular, ou de folkcomunicação, como ele preferiu denominar, atuavam como meros retransmissores ou decodificadores de mensagens desencadeadas pela indústria da comunicação de massa (jornais, revistas, rádio, televisão).

Mais do que isso: ele identificou teoricamente uma semelhança entre tais processos e aqueles que Lazarsfeld e seus discípulos haviam observado na sociedade norte-americana, mais conhecido como o paradigma do “two-step-flow-of-communication”. As hipóteses de Luiz Beltrão representaram, na verdade, um passo adiante em relação aos postulados de Paul Lazarsfeld e Elihu Katz. Enquanto aqueles cientistas atribuíam um caráter linear e individualista ao fluxo comunicacional em duas etapas, porque dependente da ação persuasiva dos “líderes de opinião”, o pesquisador brasileiro teve a premonição de que o fenômeno era mais complexo. Comporta uma interação bi-polar (pois inclui o “feed-back” protagonizado pelos “agentes populares” no contato com os “meios massivos”) e revela natureza eminentemente coletiva. A re-interpretação das mensagens não se faz apenas em função da “leitura” individual e diferenciada das lideranças comunitárias. Mesmo sintonizada com as “normas de conduta” do grupo social, ela traduz o forte sentido da “coesão” grupal. Ao captar os signos da “mudança social” evidencia o perfil típico de sociedades que sofrem as agruras do meio ambiente, necessitando transformar-se para sobreviver.

Em certo sentido, Luiz Beltrão antecipava observações empíricas que seriam posteriormente aprofundadas e contextualizadas pela teoria das “mediações culturais”, o cerne da contribuição de Jesus Martin BARBERO (1987) e dos culturalistas ao pensamento comunicacional latino-americano. Dessa corrente, o mexicano Jorge GONZALEZ (1990) já fizera referência explícita aos estudos seminais do cientista brasileiro sobre as classes subalternas. Tal pioneirismo seria também enfatizado pelo próprio Martin BARBERO (1999), na análise sobre os “aportes” brasileiros para as ciências sociais da América Latina que apresentou ao XX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, (Santos, 1997). Beltrão atribuía a esses agentes de folkcomunicação, atuantes nas sociedades rurais ou periféricas, um caráter nitidamente institucional, semelhante àquele que Barbero identificaria mais tarde nos agentes educativos, religiosos ou políticos nas sociedades urbanas metropolitanas.

A difusão

Como toda proposta inovadora, a Folkcomunicação de Luiz Beltrão encontrou alguns obstáculos para se legitimar. Ela encontrou dupla resistência. A dos **folcloristas conservadores**, que pretendiam defender a cultura popular das investidas midiáticas modernizantes. E a dos **comunicólogos radicais**, que

pretendiam fazer da cultura popular o cavalo de tróia das suas batalhas políticas, em lugar de apreender nessas manifestações genuínas o limite da resistência possível de comunidades empobrecidas, cuja meta é a superação da marginalidade social.

Mas a História tem suas armadilhas imprevisíveis. O que observamos hoje é justamente um movimento em sentido contrário, desmentindo aquelas reações negativistas que vaticinaram o fim das tradições rústicas, tragadas pela espiral da pós-modernidade e desta maneira poderiam sepultar o objeto de estudo da Folkcomunicação. A globalização permite vislumbrar o cenário de um mundo polifacético e multicultural. Ele sugere que qualquer inserção pro-ativa no seu universo depende basicamente do capital simbólico acumulado nas mega, macro ou micro-regiões (MARQUES DE MELO, 2004b), potencialmente convertíveis em imagens e sons capazes de sensibilizar a aldeia global. Vale dizer: ancorados em dimensão universalizante. Em outras palavras: enraizados na cultura popular, mas traduzidos para a linguagem da cultura de massa.

Daí a atualidade do pensamento comunicacional de Luiz Beltrão, que pensou na era de McLuhan sobre as interações entre a aldeia local e a aldeia global. Ao construir um referencial teórico consistente lançou pontes entre a folk-mídia e a mass-mídia. Ele reconheceu o universal que subsiste na produção simbólica dos grupos populares, percebendo ao mesmo tempo que os dois sistemas comunicacionais continuarão a se articular numa espécie de *feed-back* dialético, contínuo, criativo.

Seu legado intelectual disseminou-se em todo o território nacional, conquistando seguidores que deram andamento a algumas de suas idéias ou que avançaram nas trilhas empíricas por ele abertas (MARQUES DE MELO, 2005).

Além dos sucessores imediatos como Roberto BENJAMIN (2000, 2004), Joseph LUYTEN (2000, 2001, 2004), José Maria TENÓRIO (1998, 2004), Oswaldo TRIGUEIRO (2002, 2004) e Sebastião BREGUEZ (2001, 2004), floresce uma segunda geração de pesquisadores dos fenômenos folkcomunicacionais.

Destacam-se, entre eles: Severino LUCENA (1998, 2004), Antonio Teixeira BARROS (2000, 2001, 2004), Marlei SIGRIST (2002, 2004, 2004b), Samantha CASTELO BRANCO (1997, 2000, 2005), Cristina SCHMIDT (2000, 2001, 2004), Antonio HOHLFELDT (2002, 2002b 2004), Maria Cristina GOBBI (2004, 2005), Maria Érica de OLIVEIRA (2000), Daniel GALINDO (1999, 2000, 2001), Elizabeth GONÇALVES (1999, 2005), Rosa NAVA (2001), Waldemar KUNSCH (1998, 2000), Maria das Graças TARGINO (2001), Sergio GADINI e Zeneida ASSUMPÇÃO (1999, 2004), Karina WOITOWICZ (2001), Betânia MACIEL (1998, 2005), Mariana MESQUITA (2000), Alfredo d'ALMEIDA (2002), Rosângela MARÇOLLA (2002), Orávio Campos SOARES (2003, 2004) e Tamara BRANDÃO (2004, 2005). Vem resultando dos escritos desse grupo um lastro empírico que trata de explicitar, atualizar e rejuvenescer a teoria da folkcomunicação.

Suas idéias estão sendo resgatadas, atualizadas e aprofundadas pela Rede FOLKCOM – Rede Brasileira de Folkcomunicação, constituída com o apoio da Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Trata-se de um coletivo de pesquisadores das *interfaces* entre comunicação massiva e cultura popular que vem se reunindo anualmente nas Conferências Brasileiras de Folkcomunicação, há quase uma década. As reuniões de São Bernardo do Campo (1998), São João del Rei (1999), João Pessoa (2000), Campo Grande (2001), Santos (2002), Campos de Goytacazes (2003), Lajeado (2004) e Teresina (2005) produziram um acervo constituído por centenas de estudos empíricos e ensaios críticos.

A memória desses eventos acaba de ser reunida e disponibilizada, para consulta pública, na Enciclopédia do Pensamento Comunicacional na América Latina, uma iniciativa lançada pela Cátedra UNESCO de Comunicação do Brasil – **www.metodista.br/unesco/encipecom**

Agregando uma centena de pesquisadores de todas as regiões brasileiras, a Rede FOLKCOM, em parceria com a Universidade Estadual de Ponta Grossa, vem editando também uma publicação eletrônica, denominada *Revista Internacional de Folkcomunicação*, acessível na web no seguinte endereço: **<http://www.uepg.br/revistafolkcom>**

Em plano latino-americano, o pensamento de Luiz Beltrão tem inspirado as produções científicas do Grupo de Estudios de Folk-Comunicación, criado pela ALAIC - Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación – sob a coordenação de um dos seus discípulos mais atuantes, o Prof. Dr. Roberto Emerson da Cámara Benjamin. O primeiro encontro dos estudiosos latino-americanos da FolkComunicação ocorreu no 4º. Congresso da ALAIC, promovido na cidade do Recife, ocasião em que foi lançada uma obra coletiva sobre a vida e a obra do mestre pernambucano -*Itinerário de Luiz Beltrão* (Recife, AIP/UNICAP, 1998). Três outros encontros desse grupo foram realizados em Santiago do Chile (2000) e Santa Cruz de la Sierra, Bolívia (2002) e La Plata, Argentina (2004). Sua próxima reunião está prevista para a cidade brasileira de São Leopoldo, em 2006.

Projeção na Internet

Se a disciplina acadêmica vem experimentando tamanha expansão, mais significativa tem sido a trajetória da Folkcomunicação nos espaços propiciados pela Internet. Esse território mostrou-se fértil, principalmente para a germinação e o cultivo de relatos sobre as atividades desenvolvidas pelos agentes folkcomunicacionais, ampliando consideravelmente seu raio de ação. Além de garantir a sobrevivência de vários gêneros ou formatos de expressão popular, a *web* permite multiplicar os seus interlocutores, bem como ensejar o intercâmbio entre grupos e pessoas que possuem identidades comuns, mesmo distanciados pela geografia.

Buscando comprovar esse tipo de assertiva, fizemos um rastreamento de palavras-chave no banco de dados mantido pelo *Google*³, o que ensejou resultados inesperados⁴.

Procuramos saber inicialmente qual a amplitude das fontes disponíveis na Internet sobre a Folkcomunicação como disciplina acadêmica. Encontramos **1.118** referências, sendo **823** alusivas à própria disciplina e **295** ao seu fundador, Luiz Beltrão.

A seguir, buscamos conhecer o tamanho do espaço ocupado pelos fenômenos tipicamente folkcomunicacionais, aqueles que sinalizam os objetos de estudo dos pesquisadores acadêmicos. Experimentamos então uma grande surpresa ao constatar que **o universo empírico é quase mil vezes superior ao do campo teórico**. Encontramos **960.891** referências que focalizam **tipos** de folkcomunicação situados em diferentes patamares da vida cotidiana.

Trabalhamos com uma matriz taxionômica construída a partir do exercício classificatório da folkcomunicação (MARQUES DE MELO, 1979) submetido aos participantes do primeiro congresso nacional de ciências da comunicação (Santos, INTERCOM, 1978), de certo modo acolhido pelo fundador da disciplina. Tanto assim que, ao elaborar o documento “Indicador e Bibliografia Sumária para a Pesquisa em Folkcomunicação”, BELTRÃO (1980) remete “o estudioso à bibliografia reunida por MARQUES DE MELO, no seu ensaio sobre a disciplina *Sistemas de Comunicação no Brasil*” (pág. 278)

Essa classificação contempla 4 gêneros folkcomunicacionais – escrita, oral, icônica e cinética. Revendo-a, nesta conjuntura histórica, percebemos que ela pode ser útil para reconhecer a natureza dos objetos folkcomunicacionais que, rompendo a barreira do milênio, projetam-se no futuro. Contudo, achamos insuficiente o âmbito contemplado para o gênero “folkcomunicação escrita”, decidindo ampliá-lo sob a denominação de “folkcomunicação visual”. A intenção é a de agrupar as expressões propriamente lingüísticas àquelas outras que embutem representações pictóricas e demais símbolos visuais.

Assim sendo, tratamos de identificar, no bojo de cada “gênero” e de cada “formato”, quais os “tipos” que possuem afinidades simbólicas. A partir dos indicadores bibliográficos disponíveis nos mais recentes estudos folkcomunicacionais (GOBBI, 2004), ampliamos o elenco original (MARQUES DE MELO, 1979), justamente para dar conta de um sistema de comunicação que adquiriu maior complexidade nas interfaces que faz dinamicamente com o sistema

³ Google é um banco de dados criado por Larry Page e Sergey Brin, oriundos da Stanford University, armazenando bilhões de textos e imagens captados na Internet, a partir de 1981, acessíveis para consulta gratuita dos usuários da web. Esse serviço oferece um sistema de busca de informações, rápido e abrangente, que facilita a localização de fontes disponíveis na Internet ou permitindo sua localização em acervos não digitalizados. Fonte: <http://www.google.ca/intl/en/corporate/index.html>

⁴ A pesquisa foi efetuada no dia 31 de maio de 2004

hegemônico da “comunicação massiva” (BELTRÃO & QUIRINO, 1986) e com o sistema histórico da “comunicação erudita” (BELTRÃO, 1972).

Os resultados obtidos através do levantamento das palavras-chave correspondentes aos “tipos folkcomunicacionais” referenciadas pelo *Google*, a partir do seu estoque de fontes digitalizadas, permitiram constatar as seguintes evidências:

Tabela 1
Referências agrupadas segundo os gêneros folkcomunicacionais *

Gêneros folkcomunicacionais	N.A	%
<i>Folkcomunicação oral</i>	146.389	15.2
<i>Folkcomunicação visual</i>	351.972	36.7
<i>Folkcomunicação icônica</i>	10.757	1.1
<i>Folkcomunicação cinética</i>	451.773	47.0
Total	960.891	100.0

* Levantamento realizado no *Google* (junho, 2005)

Chama atenção o volume representando pelo gênero cinético (quase metade do espaço total) e pelo gênero visual (33.9 %). Juntos, eles significam aproximadamente 8 de cada 10 referências acumuladas.

Verificamos, em ambos os casos, a prevalência de alguns formatos singulares, ostensivamente desnivelados em relação à média das manifestações congêneres. Essa tendência confirma-se também no interior dos gêneros minoritários: o **tipo** que encabeça a lista de referências no interior de cada gênero ocupa espaços que variam de dois terços (caso do gênero icônico) a metade (casos dos gêneros oral e musical).

Quais os **tipos** folkcomunicacionais que conquistam mais espaço na internet ?

Esse panorama pode ser esboçado com maior nitidez a partir da composição dos tipos majoritários no interior de cada gênero.

Vamos observá-lo através das tabelas que seguem, embora a comparação desses tipos majoritários com os minoritários possa ser feita nas tabelas completas, anexadas ao presente trabalho.

Tabela 2 - Gênero da Folkcomunicação oral

Principais tipos	Número de referências
Lenda	36.400
Canto de trabalho	30.400
Trova	23.300
Choro	21.100
Baião	8.920

Tabela 3 - Gênero da Folkcomunicação visual

Principais tipos	Número de referências
Tatuagem	327.000
Literatura de cordel	10.300
Santinhos de propaganda	1.440
Xilogravura popular	1.290
Abaixo assinado	1.270

Tabela 4 - Gênero da Folkcomunicação icônica

Principais tipos	Número de referências
Ex-voto	7.940
Amuletos	799
Presépio	788
Boneco de barro	388
Brinquedo artesanal	375

Tabela 5 - Gênero da Folkcomunicação cinética

Principais tipos	Número de referências
-------------------------	------------------------------

Funk carioca	143.000
Rap paulista	57.200
Vaquejada	52.600
Forró	25.700
Comício político	24.000

Se as tabelas anteriores mostram como os diversos tipos estão relacionados, por ordem de grandeza, com os seus congêneres, dentro de cada gênero, torna-se indispensável ultrapassar essa relativização categorial para perceber claramente quais os tipos que possuem maior densidade nos acervos documentais referenciados pela Internet.

Vamos construir, a seguir, uma pirâmide dos tipos mais referenciados em cada gênero, retirando, porém, as fronteiras que os separam tematicamente.

Tabela 6 - Formatos mais referenciados na Internet (por ordem de relevância quantitativa no interior de cada gênero folkcomunicação)

Principais tipos referências	Número de
Tatuagem	327.000
Funk carioca	143.000
Rap paulista	57.200
Vaquejada	52.600
Lenda	36.400
Canto de trabalho	30.400
Forró	25.700
Comício político	24.000
Choro	21.100
Literatura de cordel	10.300
Baião	8.920
Ex-voto	7.940
Santinhos de propaganda	1.440
Xilogravura popular	1.290
Abaixo assinado	1.270

Cantoria	848
Amuletos	799
Presépio	788
Boneco de barro	388
Brinquedo artesanal	375

Impressiona, nesse quadro comparativo, a importância quantitativa que assumem os tipos mais sintonizados com as demandas culturais dos jovens (clientela principal da Internet). Ele confirma, de certo modo, a tendência já mapeada por BELTRÃO (1980: 40), que identificou, como agentes/usuários principais da folkcomunicação, no final do século passado, “os grupos culturalmente marginalizados” da sociedade, engrossando aqueles “contingentes de contestação aos princípios, à moral ou à estrutura social vigente”.

Não é sem razão de ser que tipos pouco ancorados nas raízes históricas da cultura brasileira – como as **tatuagens**, o **funk carioca** ou o **rap paulista** assumem a vanguarda folkcomunicacional neste novo milênio. A eles se agregam os tipos consubstanciados naquelas aspirações de lazer coletivo, excitante e módicico a um só mesmo tempo – como a **vaquejada** e o **forró** -, desfrutado ao som de ritmos mestiços - como o **choro** e o **baião**.

Destacam-se também os tipos que podem traduzir gritos de protesto ou lamento das camadas segregadas pelos preconceitos das elites – como os **comícios políticos**, os **abaixo assinados**, os **santinhos de propaganda** ou os **cantos de trabalho**.

Trata-se, no conjunto, de tipos que refletem inegavelmente os traços daquela “moderna tradição” a que se referia Renato ORTIZ (1988), determinantes da nova fisionomia da sociedade brasileira, hoje mais influenciada pelas correntes culturais *made in USA*.

Persistem, contudo, diversos formatos e tipos folkcomunicaacionais ancorados nas tradições latinas ou ibéricas, como as **lendas**, a **literatura de cordel**, a **cantoria** e a **xilogravura popular**. Da mesma forma, continuam vigentes, modos de expressão legitimados pela religiosidade rústica – como os **ex-votos**, os **amuletos** e os **presépios**. Embora com menor intensidade, aparecem ainda formatos lúdicos como os **bonecos de barros** e os **brinquedos artesanais**.

A ponta do iceberg

Os dados coligidos através desta pesquisa exploratória sugerem desdobramentos empíricos, analíticos ou reflexivos. Eles foram tecidos justamente com a intenção de motivar outros pesquisadores, situados em distintos espaços geográficos, a prosseguir nesse itinerário, elucidando enigmas ou interpretando contrastes.

Reiteramos que, embora exegetas apressados tenham considerado as nossas tradições populares como resíduos em extinção, na verdade o estudo da folkcomunicação subsiste amplamente, perdurando e renovando-se neste novo milênio.

Capaz de potencializar o acervo cognitivo e a bagagem cultural dos grupos marginalizados e dos contingentes excluídos, a rede mundial de computadores propicia condições para a atualização dinâmica desta nova disciplina. No seu bojo, os gêneros, formatos e tipos folkcomunicacionais fluem regularmente através da web. Sem perder as identidades que lhes dão sentido histórico e vigor intelectual, eles ganham difusão além das fronteiras em que germinaram e floresceram.

Justamente em função da transparência, intensidade e diversidade adquiridas pelos fenômenos folkcomunicacionais, novos estudos são necessários para entender melhor sua dinâmica na sociedade digital. Trata-se de um desafio que pode ser enfrentado pelos jovens pesquisadores, quase sempre desejosos de explorar objetos ainda em fase de configuração no organismo social.

Nessa corrente já se alinham alguns pesquisadores brasileiros. Rosângela MARÇOLA (2002) procura entender de que forma os “contadores de histórias” disseminam mitos e lendas através da Internet. Aparecida Ribeiro dos SANTOS e Lana Cristina Nascimento dos SANTOS (2002) exploram os territórios ali ocupados pelas “religiões populares”. Por sua vez, Daniel GALINDO, Celeste RIBEIRO e Vânia Braz de OLIVEIRA (2005) desvendam as estratégias usadas pelos governos locais no sentido de fomentar o turismo municipal, seduzindo visitantes através do potencial folclórico das respectivas cidades.

Contudo, somente através da realização de análises comparativas será possível construir generalizações suscetíveis de credibilidade. Ao externar convite aos participantes da V Bienal Iberoamericana de Comunicação para que incluam objetos folkcomunicacionais em suas agendas investigativas, nossa meta é construir um mapa ibero-americano dessas formas de expressão popular.

Referências bibliográficas:

- ASSUMPÇÃO, Zeneida & GADINI, Sergio
1999 – Mídia e Folclore da Comunicação Russa no Paraná, *Anais da II Conferência Brasileira de Folkcomunicação* (CDRom), São João del Rei, UNIREI
- 2004 – A cultura ucraniana na radiodifusão paranaense: folclore e expressão midiática da cultura dos grupos étnicos, *Signos* 25-2: 29-44, Lajeado, Univates
- BARBERO, Jesus Martin

- 1987 – *De los medios a las mediaciones*, México, Gustavo Gili
 1999 - Lo que la investigación latinoamericana de comunicación debe al Brasil, In: LOPES, Marias Immacolata V., org. – *Vinte anos de ciências da comunicação no Brasil*, São Paulo, INTERCOM, , p. 39

BARRETO, Luiz Antonio

- 1994 – *Um novo entendimento do folclore*, Aracaju, Sociedade Editorial de Sergipe

BARROS, Antonio

- 2000 – Relações Públicas e folkcomunicação: reflexões à luz da teoria da ação comunicativa, *Comunicação & Sociedade*, 34: 129-144
 2001 – O misticismo assume o lugar do folclore em Brasília ?, , *Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional*, 5: 197-21
 2004 – Folkcomunicação na cidade: cenários urbanos, herança rural, *Signos* 25-1: 69-78, Lajeado

BAUSINGER, Hermann

- 1961 – *Volkskultur in der technischen Welt*, Stuttgart, W. Kohlhammer Gumh (Tradução norte-americana: *Folk Culture in a world of technology*, Indiana University Press, 1990)

BELTRÃO, Luiz

- 1967 – *Folkcomunicação – Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias* (tese de doutorado), Brasília, Universidade de Brasília (Esta obra foi recentemente publicada pela coleção Comunicação da EDIPUCRS, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001)
 1972 – *Sociedade de massa: comunicação & literatura*, Petrópolis, Vozes
 1971 – *Comunicação e Folclore*, São Paulo, Melhoramentos
 1980 – *Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados*, Cortez

BELTRÃO, Luiz & QUIRINO, Newton de Oliveira

- 1986 – *Subsídios para uma teoria da comunicação*, São Paulo, Summus

BENJAMIN, Roberto

- 2000 – *Folkcomunicação no contexto de massa*, João Pessoa, Editora da Universidade Federal da Paraíba
 2004 – *Folkcomunicação na sociedade contemporânea*, Porto Alegre, Comissão Gaúcha de Folclore

BRANDÃO, Tâmara de Souza

- 2004 – Folkcomunicação da Latrina: estudo dos sanitários da UNESP-Bauru, In: , BREGUEZ, Sebastião - *Folkcomunicação: resistência cultural na sociedade globalizada*, Belo Horizonte, INTERCOM, p. 185-196
 2005 – *Comunicação, cultura e mídia: o mito do unhuo da pedra branca*

(dissertação de mestrado), Bauru, UNESP, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação

BREGUEZ, Sebastião

2001 – Tiradentes, a festa cívica da liberdade, *Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional*, 5: 151-156

2004 – *Folkcomunicação: resistência cultural na sociedade globalizada*, Belo Horizonte, INTERCOM

CÂMARA CASCUDO, Luis da

1967 – *Folclore do Brasil*, Rio de Janeiro, Fundo de Cultura

CASTELO BRANCO, Samantha

1997 – Novela do Judas sem a morte da cultura popular: a convivência entre os sistemas culturais, *Comunicação & Sociedade*, 27: 123-135, São Bernardo do Campo, UMESP

2000 – Imagens Midiáticas do Carnaval Brasileiro, João Pessoa, *Anais da II Conferência Brasileira de Folkcomunicação* (CDRom)

2005 – Metodologia folkcomunicacional: teoria e prática, In: DUARTE & BARROS, org. *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*, São Paulo, Atlas, p. 110-124

CARNEIRO, Edison

1957 – *A Sabedoria Popular*, Rio de Janeiro, Ministério da Educação e Cultura, Instituto Nacional do Livro

1965 – *A dinâmica do folclore*, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira

COCHRANE, Allan

1995 – Global worlds and worlds of difference, In: ANDERSON, BROOK and COCHRANE, eds. – *A Global World ?*, New York, Oxford University Press, p. 249-280

D'ALMEIDA, Alfredo Dias

2002 – Caravana Farkas: uma simbiose entre cinema documentário e folkcomunicação, *Idade Mídia 2*: 57-66, São Paulo, UniFIAM

DELLA MONICA, Laura

1999 – *Turismo e Folclore*, São Paulo, Global Universitária

DIÉGUES JÚNIOR., Manuel

1960 – *Regiões Culturais do Brasil*, Rio de Janeiro, MEC-INEP

FERNANDES, Florestan

1978 – *O folclore em questão*, São Paulo, Hucitec

GADINI, Sergio & ASSUMPÇÃO, Zeneida

1999 – Mídia e Folclore da Comunicação Russa no Paraná, *Anais da II*

- Conferência Brasileira de Folkcomunicação* (CDRom), São João del Rei, UNIREI
- 2004 – A cultura ucraniana na radiodifusão paranaense: folclore e expressão midiática da cultura dos grupos étnicos, *Signos* 25-2: 29-44, Lajeado, Univates
- GALINDO, Daniel
- 2000 – Magic Park, Aparecida: o profano e o sagrado mediados pela cultura do lazer, *Comunicação & Sociedade*, 34: 161-180, São Bernardo do Campo, UMESP
- 2001 – A Festa do Peão Boiadeiro – Barretos, São Paulo, , *Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional*, 5: 157-182
- GALINDO, Daniel & GONÇALVES, Elizabeth
- 1999 – O ET de Varginha: entre o fato, a ficção e o folclore, *Anais da II Conferência Brasileira de Folkcomunicação* (CDRom), São João del Rei, UNIREI
- GALINDO, Daniel; RIBEIRO, Celeste e OLIVEIRA, Vânia Braz de
- 2005 – *Cidades na web e folclore na rede: a transposição do folclore na Internet*, Comunicação apresentada à VIII Conferências Brasileira de Folkcomunicação, Teresina, CEUT
- GOBBI, Maria Cristina
- 2004 – Bibliografia de Folkcomunicação, In: BELTRÃO, Luiz – *Folkcomunicação: teoria e metodologia*, São Bernardo do Campo, Editora da UMESP, p. 143-160
- 2005 - Luiz Beltrão e a Folkcomunicação: estímulo para as novas gerações, Comunicação apresentada à VIII Conferências Brasileira de Folkcomunicação, Teresina, CEUT
- GONÇALVES, Elizabeth & GALINDO, Daniel
- 1999 – O ET de Varginha: entre o fato, a ficção e o folclore, *Anais da II Conferência Brasileira de Folkcomunicação* (CDRom), São João del Rei, UNIREI
- GONÇALVES, Elizabeth
- 2005 - O Folclore na mídia de massa: Globo rural e aspectos folclóricos do homem do campo, Comunicação apresentada à VIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação, Teresina, CEUT
- GONZALEZ, Jorge
- 1990 - *Sociologia de las culturas subalternas*, Mexicali, Universidad Autónoma de Baja California, p. 67
- GRAMSCI, Antonio

1979 – History of the Subaltern Classes: Methodological Criteria, In: MATTELART, Armand and SIEGELAUB, Seth, orgs. – *Communication and Class Struggle*, 1o. vol., Paris, IMMRC, p. 90-91

HOHLFELDT, Antonio

2002 – Folkcomunicação: sadio oportunismo de quase meio século, *Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional*, 5: 25-34

2002b – Novas tendências nas pesquisas de folkcomunicação: pesquisas acadêmicas se aproximam dos estudos culturais, Salvador, INTERCOM - XXV Congresso Brasileiro Brasileiro de Ciências da Comunicação

2004 – A imagem da política e dos políticos na perspectiva da Folkcomunicação: uma abordagem exploratória, *Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional*, 8: 59-78, São Bernardo do Campo, Editora da UMESP

KUNSCH, Waldemar

1998 – *De Belém a Bagé: imagens midiáticas do Natal brasileiro*, São Bernardo do Campo, Editora UMESP

2000 – Uma contribuição para os estudos de folkcomunicação, *Comunicação & Sociedade*, 34: 129-144, São Bernardo do Campo, UMESP

LUCENA, Severino

1998 – *Azulão do Bandepe*, Recife, Edição do autor, 195 p.

2004 – Do ex-voto ao folkmarketing, In: BREGUEZ, Sebastião – *Folkcomunicação: resistência cultural na sociedade globalizada*, Belo Horizonte, INTERCOM, p. 55-66

LUYTEN, Joseph

2000 - Folkcomunicação no contexto de massa, In: *Comunicação & Sociedade*, 34, São Bernardo do Campo, Editora da UMESP – Universidade Metodista de São Paulo, p. 211-215

2001 – O conceito de Folkcomunicação, In: MARQUES DE MELO, José, org. – *Mídia e Folclore*, Maringá, Faculdades Maringá, p. 29-30

2003 – A Comparative Analysis of Latin América Popular Poetry, *Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional*, 7: 15-50

MACIEL, Betânia

1999 – Comunicação e crença: mitos e rituais, *Anais da II Conferência Brasileira de Folkcomunicação* (CDRom), São João del Rei, UniRei

2005 – Os caminhos que levam à Meca do Catolicismo Rústico (Juazeiro do Norte, *Anais da VIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação* (CDRom), Teresina, CEUT

MARÇOLLA, Rosângela

2002 – Os cantadores e suas histórias na Internet, *Idade Mídia 2*: 39-56, São Paulo, UniFIAM

MARQUES DE MELO, José

- 1970 – *Comunicação Social: Teoria e Pesquisa*, Petrópolis, Vozes
- 1979 – Sistemas de Comunicação no Brasil, In: MARQUES DE MELO, FADUL & LINS DA SILVA, orgs. – *Ideologia e Poder no Ensino de Comunicação*, São Paulo, Cortez & Moraes, Intercom, p. 211-239
- 1980 – *Comunicação e classes subalternas*, São Paulo, Cortez, p.111-114
- 1998 – Uma nova ordem midiática mundial: realidade/ficção ? (A utopia de MacBride e as telenovelas brasileiras), *Teoria da Comunicação: Paradigmas latino-americanos*, Petrópolis, Vozes, p. 387-404
- 2003 – *História do Pensamento Comunicacional*, São Paulo, Paulus
- 2004 – O folclore midiático, In: *A esfinge midiática*, São Paulo, Paulus, p. 269-272
- 2004b – Comunicação, região, desenvolvimento, In: MARQUES DE MELO, BRUM, LINHARES, BRITO & GOBBI, orgs. - *Comunicação, região & desenvolvimento*, Campo Grande, Ed. UNIDERP, p. 19-26
- 2005 – Folkcomunicação, disciplina com sotaque brasileiro, *Anuário Internacional de Comunicação Lusófona: 3: 73-86*, São Paulo, INTERCOM / LUSOCOM

MARQUES DE MELO, José & KUNSCH, Waldemar

- 1998 – *De Belém a Bagé – Imagens Midiáticas do Natal Brasileiro*, São Bernardo do Campo, Editora da UMESP – Universidade Metodista de São Paulo e Cátedra UNESCO de Comunicação para o Desenvolvimento Regional

MAYNARD DE ARAÚJO, Alceu

- 1973 – *Cultura Popular Brasileira*, São Paulo, Melhoramentos

McLUHAN, Marshall

- 1951 – *The Mechanical Bride – Folklore of the Industrial Man*, Boston, Beacon Press

MESQUITA, Mariana

- 2000 – Folkcomunicação e hibridação cultural: interação de aportes para pensar a cultura popular, *Comunicação & Sociedade*, 34: 145-160, São Bernardo do Campo, UMESP

NAVA, Rosa

- 2001 – Persistência do ex-voto na sociedade tecnológica, Campo Grande, *Anais da IV Conferência Brasileira de Folkcomunicação* (CDRom), Campo Grande, UFMS

OLIVEIRA, Maria Érica

- 2000 – Religiosidade na ópera sertaneja, *Anais da III Conferência Brasileira de Folkcomunicação* (CDRom), João Pessoa, UFPB

ORING, Elliott

1986 – *Folk Groups and Folklore Genres*, Logan, Utah State University Press

ORTIZ, Renato

1988 – *A moderna tradição brasileira*, São Paulo, Brasiliense

RAMOS, Arthur

1952 – *Le Métissage au Brésil*, Paris, Hermann et Cie. Editions (Obra traduzida recentemente em língua portuguesa, com título *A mestiçagem no Brasil*, publicada pela Editora da UFAL, Maceió, 2004)

SANTOS, Aparecida Ribeiro dos & SANTOS, Lana Cristina Nascimento

2002 – A religiosidade popular na Internet, *Idade Média*, 2: 27-38, São Paulo, UniFIAM

SCHMIDT, Cristina

2000 – A transdisciplinaridade na pesquisa dos modos culturais híbridos, *Anais da III Conferência Brasileira de Folkcomunicação* (CDROM), João Pessoa, UFPB

2001 - O comunicador folk das festas de uma só, *Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional*, 5: 35-32

2004 – Consolidação acadêmica da folkcomunicação: a cultura como objeto de estudo comunicacional, In: MARQUES DE MELO & GOBBI, orgs. – *Pensamento Comunicacional Latino-americano: da pesquisa-denúncia ao pragmatismo utópico*, S. B. do Campo, Editora UMESSP, p. 201-210

SIGRIST, Marlei

2002 – Carnaval transfronteiras no Brasil, , *Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional*, 5: 43-59

2004 – Co-existência pacífica da tradição com a modernidade, In: BREGUEZ, Sebastião – *Folkcomunicação: resistência cultural na sociedade globalizada*, Belo Horizonte, INTERCOM, p. 43-54

SOARES, Orávio Campos

2003 – Mana Chica do Caboclo: representação cultural da Baixada Campista, *Anais da VI Conferência Brasileira de Folkcomunicação* (CDRom), Campos, Editora FAFIC

2004 – *Muata Calombo, consciência e destruição*, Campos, Editora FAFIC

TAVARES DE LIMA, Rossini

1972 – *Abecê do Folclore*, 5ª. ed., São Paulo, Ricordi

2003 – *A ciência do folclore*, São Paulo, Martins Fontes

TENÓRIO, José Maria

1998 – Bode na Cabeça: as “forças ocultas” na política do Pilar, *Anais da I*

Conferência Brasileira de Folkcomunicação (CDRom), São Bernardo do Campo, UMESP
 2004 – O mito da loiura de Aracaju, In: *Folkcomunicação: resistência cultural na sociedade globalizada*, Belo Horizonte, INTERCOM, p. 137-148

TRIGUEIRO, Osvaldo

2001 – São João de Campina Grande na mídia, *Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional*, 5: 135-150

2002 - Agonia e morte de Frei Damião na mídia e no cordel, *Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional*, 6: 105-122

2004 – *Quando a televisão vira outra coisa*, Tese de doutorado, São Leopoldo (RS), Universidade do Vale dos Sinos (RS)

WOITOWICZ, Karina

2003 – Dança de um passado negro – Relações entre folclore e cultura popular na preservação da cultura religiosa na Congada da Lapa – PR, *Anais da VI Conferência Brasileira de Folkcomunicação* (CDRom), Campos, FAFIC

ZUMWALT, Rosemary Lévy

1988 – *American Folklore Scholarship*, Bloomington, Indiana University Press

Anexo 1

Tipos Folkcomunicacionais na Internet (2005)

<i>Folkcomunicação oral</i>	146.389
Aboio	170
Acalanto	390
Adivinhação	471
Anedota	386
Apelido	4.660
Baião	8.920
Bendito	1.390
Boato	675
Cantiga de mendigo	24
Canto de bebida	1.420
Canto de trabalho	30.400
Cantoria	848
Chimarrete	4

Choro	21.100
Chula	680
Conto de fada	826
Conversa fiada	172
Conchavo	50
Dobrado	416
Embolada	3.070
Fofoca	850
Gíria	623
Glosa	213
Lenda	36.400
Lundu	435
Moda de viola	2.140
Palavrão	543
Parlenda	81
Pregão	617
Provérbio	474
Samba de breque	122
Toada	619
Trova	23.300

Anexo 2

Tipos Folkcomunicacionais na Internet (2005)

<i>Folkcomunicação visual</i>	351.972
Abaixo assinado	1.270
Adesivo	784
Almanaque de cordel	688
Almanaque de farmácia	450
Carta anônima	644
Carta devota	103
Cartaz de mercearia	42
Correio sentimental	371
Epitáfio	870
Flâmula	51
Folhinha	636
Grafito de banheiro/latrina	28
Legendas de caminhão	943
Literatura de cordel	10.300
Literatura mediúnica	1.100
Oração milagrosa	147
Pasquim em verso	51
Pichação de parede	78

Pintura mediúnica	853
Santinhos de propaganda	1.440
Tatuagem	327.000
Volantes publicitários	283
Xilogravura popular	1.290

Anexo 3

Tipos Folkcomunicacionais na Internet (2005)

<i>Folkcomunicação icônica</i>	10.757
Adornos pessoais	100
Enfeites domésticos	135
Amuletos	799
Boneco de barro	388
Brinquedo artesanal	375
Ex-voto (promessa)	7.940
Figura de enfeite	232
Presépio	788

Anexo 4

Tipos Folkcomunicacionais na Internet (2005)

<i>Folkcomunicação cinética</i>	451.773
Afoxé	2.890
Amarelinha	263
Aniversário natalício	323
Baianá	19
Batuque	8.140
Bodas	7.260
Bloco carnavalesco	488
Bumba-meu-boi	2.650
Caboclinho	248
Caiapó	101
Candomblé	2.270
Capoeira	23.200
Catira	514
Cavahada	349
Chá-de-bebê	1.370
Chá-de-cozinha	1.610
Chegança	423
Ciranda	1.040
Circo mambembe	1.740
Coco-de-roda	2.170
Comício político	24.000
Congada	549
Cururu	1.010
Dança de moçambique	1.350
Despedida-de-solteiro	668
Escola de samba	18.200
Fandango	2.180
Folia de reis	2.180
Forró	25.700

Frevo	11.900
Funk carioca	143.000
Guerreiro	3.490
Jogo do bicho	3.270
Jongo	499
Maracatu	10.200
Marujada	395
Paradas cívicas	388
Pastoril natalino	99
Pelada de várzea	25
Procissão	2.250
Quermesse	231
Rap paulista	57.200
Rodeio crioulo	8.570
Quadrilha junina	501
Queima de Judas	332
Reisado	989
Romaria	1.150
Taieira	327
Ticumbi	172
Troça	116
Trote de calouros	22.200
Vaquejada	52.600
Velório	512
Xaxado	494