

**CONTRIBUIÇÕES DA FOLKCOMUNICAÇÃO PARA OS ESTUDOS DE
RECEPÇÃO: REVISITANDO A NOVA ABRANGÊNCIA DA
FOLKCOMUNICAÇÃO DE ROBERTO BENJAMIN¹**

GT1: Comunicação Intercultural e Folkcomunicação

Guilherme Moreira Fernandes²

Anderson Lopes da Silva³

Resumo

Este trabalho apresenta as contribuições da Folkcomunicação para os Estudos de Recepção. A partir da concepção da “nova abrangência da Folkcomunicação”, concebida pelo professor Roberto Benjamin (2000), utilizamos quatro pontos desta concepção para pensar os estudos de recepção a partir da Folkcomunicação. Assim, acreditamos que a contribuição da Folkcomunicação para os Estudos de Recepção acontece por meio: 1) a recepção na cultura folk, de elementos de sua própria cultura, processada pela mídia folk; 2) a mediação dos canais folk para a

¹ Artigo apresentado no GT 1 – Comunicación Intercultural y Folkcomunicación do XII Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación (Alaic), na Pontificia Universidade Católica do Peru (PUCP), de 06 a 08 de agosto de 2014.

² Doutorando em Comunicação e Cultura pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-POS/UFRJ). Mestre em Comunicação pelo PPGCOM da UFJF. Jornalista profissional. Diretor Administrativo da Rede Folkcom (2013-1015). Professor convidado da especialização em “Televisão, Cinema e Mídias Digitais” da UFJF. Organizador das coletâneas “A Folkcomunicação no limiar do século XXI” (Ed. UFJF, 2012, com Boanerges Lopes, Iluska Coutinho, Marise Mendes e Maria José Oliveira) e “Metamorfose da Folkcomunicação: antologia brasileira” (Editae Cultural, 2013, com José Marques de Melo). E-mail: gui_facom@hotmail.com.

³ Mestrando em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Bolsista Capes. Membro do grupo de pesquisa NEFICS (Núcleo de Estudos em Ficção Seriada), da UFPR, vinculado ao CNPq. Especialista em Comunicação, Cultura e Arte pela Pontificia Universidade Católica do Paraná (PUCPR). Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela Faculdade do Norte Novo de Apucarana (FACNOPAR). E-mail: anderlopps@gmail.com.

recepção da comunicação de massa; 3) a presença de traços da cultura de massa absorvidos pela cultura folk; 4) a recepção na cultura folk de elementos de sua própria cultura reprocessada pela cultura de massa. Acreditamos, assim, que pensar na especificidade da Folkcomunicação e seu olhar para os grupos marginalizados e os usos comunicacionais do folclore é um ganho teórico-metodológico para pensarmos os Estudos de Recepção no âmbito da América Latina.

Palavras-chave: Estudos de Recepção; Folkcomunicação; Roberto Benjamin.

Introdução

O lugar do receptor no âmbito do processo de comunicação social sempre foi uma preocupação dos teóricos e profissionais da área, desde as pesquisas baseadas na concepção hipodérmica, com foco nos meios e nos seus efeitos, até os estudos recentes do ciberespaço, com a relativização dos papéis de emissores e receptores. Entretanto, ainda que a questão da recepção não seja novidade, são recentes as tentativas de sistematização teórica e metodológica deste campo.

Com este intuito, no âmbito internacional, Klaus Jensen e Erik Rosengren (1997) distribuíram as pesquisas em recepção em cinco tradições – pesquisa dos efeitos, usos e gratificações, crítica literária, estudos culturais e análise da recepção –, utilizando-se comparativamente da análise de três elementos constituintes da comunicação: a mensagem, a audiência e o sistema social. Baseado neste mesmo artigo, as autoras brasileiras Ana Carolina Escosteguy e Nilda Jacks (2005) acrescentaram a estas perspectivas a visão latino-americana, que abarcaria em especial as correntes do Consumo Cultural (García Canclini), das Frentes Culturais (Jorge González), da Recepção Ativa (Ceneca), do Uso Social

dos Meios (Martín-Barbero) e o Modelo das Multimediações (Orozco Gómez). A trajetória brasileira nos estudos da recepção, entretanto, é apresentada pelas autoras em um formato de narrativa sobre seu desenvolvimento, com um mapeamento das principais dissertações, teses e livros que abordam o assunto até a década de 1990, tendo em vista a escassez de bibliografia que dê conta do estado da arte da pesquisa de maneira mais sistemática (ESCOSTEGUY; JACKS, 2005, p.80).

Jacks, Menezes e Piedras (2008) continuam o trabalho de mapeamento das pesquisas realizadas no Brasil e investigam os estudos realizados ao longo da década de 1990, período em que os estudos de recepção ganharam fôlego e se consolidaram como campo de estudo. Esses mapeamentos demonstram que o que essas tradições de pesquisa e estudiosos dispersos pelo mundo têm tentado fazer é mensurar, explicar, interpretar e em alguns casos transformar os fatores que implicam na motivação, compreensão e escolha dos indivíduos e grupos por determinados produtos comunicacionais, tendo em vista características pessoais, sociais, culturais, ideológicas, econômicas, políticas, midiáticas, etc., envolvidas no processo de emissão e recepção das mensagens. Investigações desse gênero abarcam, portanto, desafios inerentes à complexidade que envolve tanto os meios quanto indivíduos e grupos receptores, sendo evocadas constantemente à atualização que as configurações contemporâneas da sociedade e das tecnologias de informação impõem aos processos de comunicação no presente.

Para a realização desse estudo, Jacks, Menezes e Piedras (2008) consideraram duas perspectiva analítica traçadas por Escosteguy⁴: abordagem sociocultural (visão ampla e complexa dos produtos midiáticos, considerando as múltiplas relações sociais e culturais); abordagem comportamental (o produto

⁴ O artigo referido é “Notas para um estado da arte sobre os estudos brasileiros de recepção nos anos 90” apresentado na Compós de 2003 e publicado no livro *Mídia.Br* organizado por Juremir Machado, André Lemos e Simone Sá.

cultural como um estímulo que provoca reações) e outras abordagens (revisão e descrição das teorias da recepção).

Essas preocupações vêm ao encontro de questões consideradas pela Folkcomunicação, disciplina brasileira que esteve desde o seu início atenta à forma com a qual indivíduos e grupos marginais têm lidado com os constantes desafios que a constituição de um espaço comunicativo progressivamente homogêneo, advindo do processo de industrialização das informações e dos costumes, coloca para as representações – muitas vezes estereotipadas e/ou distorcidas – de suas comunidades e identidades nos *mass media*. Mas ainda que a Folkcomunicação esteja trazendo à baila processos comunicativos alternativos, capazes de revelar formas de recepção singulares por meio da investigação de veículos também singulares – ou seja, os veículos folkcomunicacionais –, a disciplina não vem sendo mencionada nas tentativas de sistematização do campo da recepção.

Neste estudo vamos apontar algumas pesquisas realizadas na área com base nas quatro formas de se estudar a recepção na folkcomunicação de acordo com Roberto Benjamin (2000): 1) a recepção na cultura folk, de elementos de sua própria cultura, processada pela mídia folk; 2) a mediação dos canais folk para a recepção da comunicação de massa; 3) a presença de traços da cultura de massa absorvidos pela cultura folk; 4) a recepção na cultura folk de elementos de sua própria cultura reprocessada pela cultura de massa.

Ganhos dos Estudos de Recepção com os Estudos de Folkcomunicação

Podemos afirmar que a Folkcomunicação é um instrumento de comunicação capaz de expressar uma identidade regional e divulgá-la para outras culturas, de forma que todos se sintam representados por essa identidade multifacetada e a

considerem como parte da memória nacional (que não é, e nunca foi, homogênea e unificada). Daí a necessidade desta perspectiva brasileira buscar no receptor respostas para os contraditórios movimentos de afirmação de localidades através de instrumentos folkcomunicacionais e de massificação dos estilos de vida a partir da apropriação midiática das representações folk.

As pesquisas que envolvem os meios e as audiências constituem um ramo controverso no campo da ciência da comunicação. Isso acontece em virtude das diferentes abordagens e práticas de pesquisas que estão abarcadas no chamado “Estudo de Recepção”. Essa dicotomia ainda está presente no lugar do receptor e o grau de atividade a ele permitido. De fato não existe uma única forma teórica, nem metodológica, para englobar tudo que se quer saber do sujeito no âmbito da recepção. Os estudos de recepção podem abarcar métodos qualitativos e quantitativos e utilizar diversas técnicas de pesquisa como: grupo focal, etnografia da audiência, pesquisa de opinião, entrevista em profundidade, entre outras.

Percebemos que as correntes internacionais que tratam do receptor não dão conta de todas as especificidades da audiência folk, composta por grupos marginalizados e excluídos dos sistemas de comunicação. Sobre a diferença entre o discurso do sistema de comunicação social e o sistema da folkcomunicação, Beltrão (1980) salienta que

Não se deve esquecer que enquanto os discursos da comunicação social são dirigidos ao mundo, os da folkcomunicação se destinam a um mundo em que palavras, signos gráficos, gestos, atitudes, linhas e formas mantêm relações tênues com o idioma, a escrita, a dança, os rituais, as artes plásticas, o trabalho e o lazer (BELTRÃO, 1980, p. 40).

Vimos por meio dessa diferenciação entre o discurso do sistema de comunicação social e do sistema da folkcomunicação, a necessidade de abarcar as especificidades de uma dada cultura que não é hegemônica no momento da recepção em uma mídia folk. Além disso, conforme Benjamin (2000) já havia diagnosticado, a nova abrangência da Folkcomunicação⁵, no que diz respeito ao receptor, engloba: a mediação dos canais folk para a recepção da comunicação de massa; a presença de traços da cultura de massas absorvidos pela cultura folk e a recepção na cultura folk de elementos de sua própria cultura reprocessada pela cultura de massa. Assim, quatro novas formas de se estudar a recepção no âmbito da folkcomunicação emergem.

A recepção na cultura folk, de elementos de sua própria cultura, processada pela mídia folk⁶

Essa é uma das perspectivas mais tradicionais da Folkcomunicação, foi através dela que Beltrão (1980, 2001, 2004) diagnosticou a Folkcomunicação. No artigo “O ex- voto como veículo jornalístico”, Beltrão (2004) percebe uma nova forma de comunicação através da observação de objetos ofertados pelo povo, que reproduziam suas histórias de vida. No seu trabalho, Beltrão buscou no receptor humilde sua forma de manifestação, seu próprio canal folk. Para o desenvolvimento de sua tese, Beltrão foi além, percebendo nas informações orais, escritas e opinativas as formas de o povo se manifestar sobre os acontecimentos

⁵ Benjamin (2000, p. 16) concebe as pesquisas em Folkcomunicação na seguinte abrangência: 1) A comunicação interpessoal e grupal ocorrente na cultura folk; 2) A mediação dos canais folk para a recepção da comunicação de massa; 3) A apropriação das tecnologias da comunicação de massa (e outras) e o uso dos canais massivos por portadores da cultura folk; 4) A presença de traços da cultura de massa absorvidos pela cultura folk; 5) Apropriação de elementos da cultura folk pela cultura de massa e pela cultura erudita e 6) A recepção da cultura folk de elementos de sua própria cultura reprocessada pela cultura de massa.

⁶ Cabe ressaltar que esta linha (abrangência) não foi mencionada por Benjamin. O pesquisador aponta como primeira abrangência da Folkcomunicação “A comunicação (interpessoal e grupal) ocorrente na cultura folk” e propõe como área de estudos a produção e a mensagem. Fizemos então, uma adaptação desta abrangência com foco nos Estudos de Recepção.

mediáticos de sua realidade local. Em 1980, com a obra “Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados”, o pesquisador percebeu formas de expressão distintas nos diversos grupos marginalizados que ele diagnosticou: urbanos, rurais e marginalizados, esse último se subdividindo em messiânico, político-ativista e erótico-pornográfico.

Karina Woitowicz (2007), sobre o assunto, acrescenta uma visão complementar ao entendimento dos grupos marginalizados no contexto folkcomunicacional. Sua conceituação remete-os à condição de subalternidade versus resistência. Isto é, “grupos que possuem características culturais que contrastam com os padrões hegemônicos” e que, quase sempre, também “buscam romper com sistemas de exclusão e discriminação presentes na sociedade” (WOITOWICZ, 2007, p. 60).

Outras possibilidades de pesquisa são apontadas por Benjamin (2000, 2004) como o uso de folhetos, muitos baseados no livro “Lunário Perpétuo”, que explica a melhor época para o plantio e a colheita. Isso sem falar nos dias de cada santo da Igreja Católica, fonte de nomes de muitas crianças. Além dos folhetos, os almanaques, mamulengos, cordéis e narrativas populares, atuam como canais folk para grupos rurbanos⁷ e marginalizados. Todo canal folk torna-se um objeto de estudo de recepção do grupo que o utiliza. Assim, aparece o uso de técnica de observação participante e da entrevista em profundidade, que serão intensamente utilizadas nas pesquisas atuais por nós analisadas.

Um exemplo desta perspectiva é o trabalho de Fábio Corniani e Vivian Lima (2008). Ancorados no paradigma funcionalista, descrevem a feira de artesanato Muxuango realizado pelos alunos da Faculdades Integradas Teresa D’Avila na cidade de Lorena-SP. Assim, é narrado como é realizada a feira e como são

⁷ Neologismo criado por Gilberto Freyre para designar pequenas cidades com características rurais.

convidados os artesãos. O trabalho inclui uma pesquisa de recepção/opinião com o objetivo de diagnosticar as impressões dos artesãos com a feira. Porém não é narrada a técnica de estudo utilizada.

Também citamos a mídia alternativa como objeto de análise. Diversos grupos marginalizados e organizações de minorias sociais mantêm meios de comunicação, como imprensa local (como jornais e revistas especializadas), programas de rádio (ou mesmo uma rádio comunitária), além de sites na internet. Em suma, essa perspectiva de análise visa detectar como um grupo marginalizado recebe e reprocessa elementos de sua própria cultura veiculados em mídia folk, produzidos pelo próprio grupo ou por grupo externo à comunidade, mas que apresenta traços identitários marginais similares.

A mediação dos canais folk para a recepção da comunicação de massa

A grande maioria dos trabalhos que envolve a recepção e a Folkcomunicação que acompanhamos nesses anos de estudo da disciplina, trabalham nessa vertente. Vimos que o cordel, cantadores e poetas populares, utilizam as notícias veiculadas nos *mass media* e transportam para o seu “mundo”, em linguagem própria, dando acesso a outros receptores. Nossa ressalva aqui, entretanto, é para a falta de rigor científico/metodológico utilizado para realizar tais estudos, muitos deles essencialmente descritivos e pouco analíticos. Outros tanto ignoram a vertente comunicacional, aproximando de estudos folclóricos ou antropológicos.

Um exemplo é o trabalho de Mark Curran (2009), um dos maiores brasilianistas e pesquisadores da literatura de cordel. Na obra “História do Brasil em Cordel”, ele traz um minucioso estudo sobre o papel desta literatura popular a partir de uma releitura da história nacional, ou seja, momentos políticos, econômicos, religiosos,

culturais e sociais vividos nos anos de 1896 até o início dos anos 1990. Momentos que foram re(a) apresentados nas vozes de cordelistas por todo o território brasileiro. Sem a intenção de retirar o crédito do trabalho de Curran, é notável, porém, que em sua descrição e análise ele cita raríssimas vezes o papel do receptor ao lidar com os conceitos de projeção e identificação na leitura do cordel. E, mesmo fazendo uma rápida (e única) menção à “folk- comunicação” [sic] ao citar o trabalho de Roberto Benjamin⁸, ainda assim, o autor relega a literatura de cordel nesse escopo folkcomunicacional “apenas” como “uma espécie de jornalismo popular”. Não toca, por exemplo, nas questões de resistência ou mediações socioculturais advindas do receptor e seus usos literários. Seu foco sobre o cordel restringe-se à visão antropológica e cultural, mas, no entanto, dificilmente, o liga à esfera comunicativa.

Traçando um completo, mas também complexo, trabalho sobre as origens do popular e da forma como as ciências sociais, a antropologia e a comunicação o visualizam, García Canclini (2011) aponta algumas questões não muito abordadas pelos estudos, por exemplo, dos folcloristas que veem nas expressões populares o puro e o imaculado. Da mesma maneira, ele mostra uma antropologia que restringe sua visão à comunicação de massa pensando-a como “intrusiva” em ambientes nos quais ela não “deveria” estar.

Temos assim em muitos artigos objetos interessantes, uma teoria que abarca sua necessidade e uma escassez metodológica. Além disso, muitos artigos se perdem na descrição de comunidades e de cidades, deixando de lado os processos comunicacionais que as perpassam. Benjamin (2004, p.12-13) adverte que os estudos de folkcomunicação constituem um campo da comunicação social e, portanto, a utilização dos conceitos elaborados pelos folcloristas deve se

⁸ O artigo referenciado é “Folhetos populares Intermediários no Processo da Comunicação”, *Revista Comunicação e Artes*, USP, São Paulo, 1970.

sujeitar aos objetos de natureza comunicacional. O pesquisador ainda diz que a pesquisa de campo necessitará manter um caráter interdisciplinar, incorporando técnicas modernas às tradicionais técnicas etnográficas, bem como técnicas provenientes das ciências sociais, das ciências da linguagem e do jornalismo comparado.

Sabemos que o processo de recepção está sujeito a critérios de seletividade desenvolvidos pelos próprios agentes decodificadores. Benjamin (2000), com base na psicologia da comunicação, aponta três critérios de seletividade: exposição seletiva, percepção seletiva e retenção seletiva, que devem ser consideradas para um estudo de recepção.

A exposição seletiva diz que as pessoas só aceitam receber uma informação que não seja contrária a suas ideias, preconceito e interesses. Já a percepção seletiva nos diz que mesmo quando não conseguem fugir à exposição de mensagens contra seus ideais, somente percebem o que lhes são favoráveis. Por fim, a retenção seletiva aponta que os indivíduos somente retêm aspectos de fatos, ideias, notícias, etc, que reforçam os seus próprios pontos de vista, esquecendo os que lhe são desfavoráveis.

O primeiro estudo monográfico sobre a Folkcomunicação após a defesa da tese de Beltrão em 1967, foi em 1970 por Roberto Benjamin. Nesse estudo o professor percebe o papel dos poetas como líderes de opinião e o cordel como canal folk, responsável por fazer a mediação.

Oswaldo Trigueiro também segue essa vertente da nova abrangência da Folkcomunicação nos seus estudos. Em 1987 defendeu sua dissertação de mestrado, sob a orientação de Roberto Benjamin, com o título “A TV Globo em duas comunidades rurais da Paraíba”, que teve como objetivo conhecer o

universo sociocultural dos receptores, abordado pela conjugação da observação participante e técnicas quantitativas (ESCOSTEGUY; JACKS, 2005, p. 85-86).

O seu trabalho de doutoramento seguiu nessa mesma linha. Para a tese, Trigueiro observou a cidade urbana de São José de Espinhares e observou a atuação de um ativista midiático, José Camilo da Silva (Dedé Camilo), dono de um salão de beleza, o Naturiê. Trigueiro (2008) conta que Dedé Camilo transporta as marcas de beleza da mídia para os cabelos dos fregueses. Além disso, um grupo de jovens assistem a 'novelinha' "Malhação" no seu salão, e lá são discutidos temas como sexo, droga, Aids, etc. Um exemplo claro da mediação dos canais folk para a recepção da comunicação de massa. A decodificação do problema das drogas é melhor entendido pela comunidade de São José de Espinhares pelas dramatizações de Dedé Camilo do que pela trama global. Dedé utilizou a narrativa da novela "O Clone" (2001) de Glória Perez para fazer seu próprio espetáculo esclarecendo à comunidade local os malefícios gerados pela dependência química. Ou seja, um canal folk (teatro popular) é utilizado com mediador de um produto da indústria cultura, a telenovela.

Trigueiro abandona o uso da expressão 'líderes de opinião' e adota o termo 'ativista midiático', com a justificativa de que não existe espaço vazio na comunicação, assim todos são ativos. Já os que atraem a atenção de um grupo e de alguma forma exerce uma influência sobre ele é chamado de ativista. Assim, podemos dizer que Dedé Camilo é um ativista.

Cervi (2007, p. 39) e Renó (2007, p. 44) também tratam destes "líderes de opinião" e "agentes folkcomunicacionais". O primeiro aborda o tema pela relevância do líder de opinião aliada às complexas formas de organização social nas quais os sujeitos não pertencem a um grupo extremamente homogêneo, por mais forte que seja a comunhão de normas, valores e costumes vivenciados. O segundo, por sua

vez, trata do agente folk o percebendo como uma espécie de *prosumer* (aquele que não apenas consome comunicação, mas também a produz). Seus exemplos recaem sobre comunidades indígenas que produzem videodocumentários sobre si, para si e para os outros.

Em ambos os autores, o papel da recepção neste contexto é voltado não para a figura de um sujeito que repassa e direciona os pensamentos do grupo (como o faria, por exemplo, a teoria do *two-steep flow* nos funcionalistas Lazarsfeld, Gaudet e Berelson). Pelo contrário, esta figura folk é um líder de opinião/ativista midiático que experiência a comunicação com os seus pares e produz reelaborações dela. Entretanto, mais uma vez, o processo de ressignificação passa por ele, mas só ganha corpo a partir dos receptores e seu poder de criticidade.

Nesta vertente de pesquisa, ressaltamos como exemplo o trabalho de Marco Bonito, Fábio Corniani e Cristina Bonito (2008), que analisou a festa folclórica do “Arraial Flor do Maracujá”, realizada na cidade de Porto Velho-RO. Os pesquisadores fizeram uma observação participante e descreveram alguns elementos presentes na festa como a gastronomia e as danças de quadrilha de Boi-Bumbá. Também foi realizado um estudo de recepção para descobrir o que o público achava de evento e se ele sabia de suas tradições. Foi verificado a observação de diversos ruídos na festa e os entrevistados não sabiam as relações culturais dos elementos simbólicos e o motivo no nome. Além disso, foi observado reclamações a exemplo do tipo de música. Não foi descrito nenhuma abordagem teórica nem metodológica dos estudos de recepção, que, pelas características narradas se aproximam da teoria dos Usos & Gratificações. Também não sabemos se o método utilizado foi qualitativo ou quantitativo, já que não foram apresentados números de respostas e nem análises mais profundas sobre das satisfações/insatisfações.

Já Eliana Ramos e Betania Maciel (2008) mostraram a festa carnavalesca dos Papangus no município de Bezeirros-PE. Para descobrir os usos e gratificações que os turistas faziam do evento, foram aplicados 54 questionários com hotéis e turistas, com o objetivo de descobrir quem eram os turistas, quais atrações eram as preferidas, como ficaram sabendo do evento, etc, caracterizando uma pesquisa de opinião.

A perspectiva do Folkmarketing cunhada por Severino Alves de Lucena Filho (2007) também pode ser incorporada nesta perspectiva. Ao estudar o Maior São João do Mundo, em Campina Grande-PB, o pesquisador percebeu o uso de um canal folk (a exemplo das bandeirinhas da Festa Junina) utilizada com fins mercadológicos para a divulgação de diversos produtos, como alimentos e bebidas alcoólicas.

Assim, essa vertente de estudos preocupa-se essencialmente em saber como os canais folk são utilizados para que certa mensagem difundida massivamente seja repostada (e interpretada) na realidade da cultura folk.

A presença de traços da cultura de massa absorvidos pela cultura folk

A respeito dessa abrangência Benjamin (2000) explica que a interação permanente da população de cultura folk com os meios de comunicação de massa vem determinando a presença de traços desta cultura em meio às manifestações da cultura tradicional. Assim é possível notar a mudança de espetáculos populares em virtude do que é mostrado nos *mass media*. Também vemos mudanças e rituais e danças folclóricas como quadrilhas e folgedos.

Essa vertente também é a responsável por trazer à discussão a permanência, a criação e a divulgação dos mitos através dos meios de comunicação de massa, como as lendas urbanas. Outra ocorrência nessa abrangência é a forma em que os agentes folks retratam, na mídia folk, acontecimentos midiáticos.

Dentro desta perspectiva, a pesquisa realizada por Maria Erica Lima et al (2008) mostra uma pesquisa participante no carnaval de Olinda-PE. Um dos objetivos é analisar as fantasias, como manifestação da recepção advindas dos noticiários, ou seja, foi verificado um grande número de fantasias de personalidades dos telejornais brasileiros. Apresenta entrevista com foliões com o objetivo de verificar quais são as mensagens que eles querem enviar com as fantasias.

Joseph Luyten (2000, p. 194), outro estudioso do cordel brasileiro, comenta que o uso desta literatura foi inspirador para telenovelas como “Saramandaia” (1976) e “Roque Santeiro”⁹ (1985/1986): exemplos do período onde o realismo fantástico junto à crítica mordaz ao governo ditatorial dominavam as tramas. Ainda no campo da teledramaturgia, a telenovela “Que rei sou eu?” (Rede Globo, 19h, 1989) de Cassiano Gabus Mendes, apresentou uma paródia do Brasil através de uma fábula. Exemplo mais recente, “Cordel Encantado” (Rede Globo, 18h, 2011) de Duca Rachid e Thelma Guedes, também explorou as matrizes arquetípicas do cordel e seus elementos narrativos da abertura ao último capítulo da telenovela (SILVA, 2013). Já Trigueiro (2008, p. 125-138) mostra como são incorporados os conteúdos midiáticos, no caso da televisão, nas narrativas populares do cordel. Esta troca cultural entre meios comunicativos – e, no entender de García Canclini, meios que apresentam a hibridização – é um dos maiores exemplos de reassimilações entre as facetas da cultura popular e massiva.

⁹ Saramandaia e Roque Santeiro são telenovelas de Dias Gomes, sendo a última em coautoria com Aguinaldo Silva. Saramandaia foi exibida no horário das 22h e Roque Santeiro às 20h.

Há distintas formas teóricas/metodológicas para desenvolver análises nesta perspectiva. Pesquisadores mais alinhados com o paradigma Crítico-Radical (Escola de Frankfurt) podem argumentar a descaracterização da cultura popular justamente pelo fato de esta (poder) incorporar elementos que não lhes são próprios, contudo aparecem na mídia de massa, formando estereótipos e, mesmo assim, difundindo-os. Outra forma de análise, também de cunho crítico, porém no viés da cultura (Paradigma Culturológico) pode realizar a crítica através da “cultura da mídia” e mostrar o processo indissociado entre as práticas midiáticas, o processo ordinário da cultura e a incorporação destes elementos pelo público, neste caso, grupos folks.

Entretanto, mesmo servindo de base teórica à formação de teses e dissertações, esta visão culturológica ainda não se aplica totalmente aos estudos de recepção no campo das pesquisas em comunicação no Brasil (JACKS; MENEZES; PIEDRAS, 2008, p. 25). Um dos motivos é a exigência de tempo e acompanhamento dos receptores e, o mais importante, levar e consideração não apenas as mediações socioculturais promovidas nas inter-relações entre os sujeitos, mas o papel destas multimediasções, isto é, pensar na complexidade do indivíduo e nos contextos situacional, institucional e de referência vivenciados neste processo de recepção das audiências (OROZCO GÓMEZ, 1994, p. 69-71).

A conceituação de cultura em García Canclini, na esteira do Paradigma Culturológico, é importante para o campo da recepção por apresentar incursões da cultura de massa no popular e vice-versa. Sua expressão “desmoronamento de categorias e pares fixos de oposição” apresenta uma visão na qual os elementos culturais se fundem e produzem “culturas híbridas” e geram “gêneros impuros” (GARCÍA CANCLINI, 2011, p. 283). Na folkcomunicação, pensar a recepção a partir da hibridização de elementos, como o faz García Canclini, e também da pluralização das identidades destes sujeitos (DIAS, 2007, p. 144),

possibilita enxergar sutilezas que escapam à conclusão, muitas vezes, rasa dos estudos mais radicais. Em outras palavras, enquanto estes últimos ignoram o papel do receptor como produtor ativo de sentido, a segunda visão, a da hibridização culturalista, percebe a recepção como campo de batalha entre resistências, reconfigurações e novos processos comunicacionais baseados na diferença e na desestabilização de conceitos pré-determinados.

A vertente do Folkturismo (LUCENA FILHO; FERNANDES, 2012) ligada ao turismo cultural e de eventos, por tantas vezes perpassa este ponto da presença da cultura de massa na cultura folk, especialmente quando há espetacularização (BENJAMIN, 2004) de danças, folguedos, etc.

Assim sendo, essa perspectiva busca diagnosticar como traços da cultura de massa se faz presente na cultura folk.

A recepção na cultura folk de elementos de sua própria cultura reprocessada pela cultura de massa

De acordo com Benjamin (2000) esse é um dos pontos menos trabalhados pelos pesquisadores de Folkcomunicação, mas está em crescente utilização, como pudemos perceber nos artigos analisados. Nessa vertente, deve ser analisado o modo de se apropriar de elementos da cultura folk pelos produtores da cultura de massa, que, muitas vezes, procedem a uma seleção e reprocessamento a fim de tornar tais elementos compatíveis com os padrões e o estilo vigente em seu meio, ou seja, reincorporam os elementos da cultura folk com as características massivas introduzidas. Isso nem sempre ocorre de modo sadio.

Benjamin (2000) observa algumas mudanças em rituais folk com a introdução dos *mass media*, a exemplo das cantorias que mudaram o estilo graças as

cantoras de rádio. Já as peças folclóricas e os grupos de danças transformaram seus adereços para ficar mais parecidos com os exibidos na televisão.

Um exemplo interessante da influência dos meios de comunicação massivos, na vida folk, advém de uma pesquisa, liderada por Roberto Benjamin, no ano de 1995, na cidade de Tracunhaém (PE). Foi verificado que graças à novela “Coração Alado” (Rede Globo, 20h, 1980 de Janete Clair) houve uma mudança no artesanato local. Na ficção existiam personagens oriundos dessa localidade que comercializavam produtos de artesanato, porém as peças não eram típicas daquela região. Com o turismo, muitos procuravam as peça exibidas na trama de Janete Clair, assim, os artesãos passaram a fazer produtos similares ao exibido na telenovela.

Sobre os estudos de recepção com a telenovela no Brasil (no período de 1990), Jacks, Menezes e Piedras (2008, p. 239) apontam que os trabalhos ligados à abordagem sociocultural revelam a presença de uma recepção que “considera as múltiplas relações sociais e culturais” ao dar destaque a estes processos de “releitura” das tramas. O papel destes trabalhos mostra, por exemplo, que estudos de recepção baseados na zona rural devem direcionar seu foco para as práticas produtivas do homem do campo e seu contexto rural no antes, no durante e no depois de assistir a telenovela (JACKS; MENEZES; PIEDRAS, 2008, p. 244). Ainda no espaço rural, a fala das autoras aproxima-se do trabalho de Trigueiro (2008), quando da comparação entre a recepção de jovens urbanos e rurais e da competência crítica da cultura popular camponesa em resposta à urbanidade majoritariamente representada nas telenovelas (JACKS; MENEZES; PIEDRAS, 2008, p. 245).

Fizemos uma pesquisa (FERNANDES; BRANDÃO, 2010), a partir desse diagnóstico de recepção, sobre os personagens homoafetivos das telenovelas do

horário nobre da Rede Globo, buscamos analisar os diferentes modos de receber a mensagem midiática por parte de grupos massivos e de audiências específicas, em questões relativas à identidade homoafetiva projetada pelas telenovelas. Com base numa pesquisa de opinião sobre a homossexualidade (para um grupo massivo) e num grupo focal (constituído homossexuais e realizado após a exibição de cenas de telenovelas envolvendo personagens *gays*), procuramos entender de que modo a representação da homoafetividade na televisão impacta a construção das identidades e dos valores destes grupos. Nessas pesquisas, aponta-se que há uma dicotomia na recepção: enquanto o grupo de cultura contra-hegemônica formado pelos homossexuais enfatiza a não afetividade entre os casais das diversas tramas da rede Globo, o grupo massivo, apesar de aprovar os personagens na trama, majoritariamente se coloca contra formas explícitas de afeto, como o beijo entre personagens de mesmo sexo. Esse trabalho não objetivou determinar que as técnicas de pesquisa ‘pesquisa de opinião’ e ‘grupo focal’ devam ser as únicas utilizadas. Mas sim propor suas pesquisas de recepção, uma para o público hegemônico, massivo, e outra para o público folk, contra-hegemônico, assim ficam nítidas as distintas formas de recepção sobre traços de uma cultura folk na mídia de massa.

O trabalho de Poliana Souza e Frederico Oliveira (2007) analisa o vídeo-documentário “Deus da Luz – Festa do Divino”, gravado por profissionais da comunicação, no ano de 2003, com o objetivo de documentar a tradição da festa nacidade de Natividade-TO. Segundo os autores o vídeo-documentário, de 18 minutos, mostra as etapas de produção e realização da festa. Com base na interação do pensamento de Beltrão e Martín-Barbero, os autores queriam diagnosticar como o grupo que organiza e vivencia a festa se reconhece nas mediações do documentário. Foi diagnosticado que eles gostaram do vídeo, mas sentiram falta de alguns elementos da festa, como a explicação dos sete dons do Espírito Santo e o trabalho realizado pelos grupos antes da festa, a exemplo do

preparo de refeições. Os pesquisadores concluem que o vídeo-documentário não reproduziu a festa do Divino como ela realmente é para a comunidade nativitana por causa da falta de alguns rituais considerados de extrema importância e significação na festa do Divino Espírito Santo.

Em suma, esta vertente mostra o outro lado da questão e busca perceber como a mídia de massa faz usos de elementos folclóricos e culturais de grupos marginalizados e como o processo de recepção destes elementos são recebidos por detentores dessas práticas culturais.

Considerações Finais

Tal como o estudo anterior (FERNANDES; FREITAS; LEAL, 2012) este trabalho não se propôs a ser conclusivo. No artigo “Folkcomunicação e Estudos de Recepção: aproximações teóricas e possibilidades metodológicas” apontamos os ganhos recíprocos entre a Folkcomunicação e os Estudos de Recepção. Neste trabalho, nossa preocupação foi a de mostrar como os Estudos de Recepção podem fazer uso da teoria da Folkcomunicação e, quiçá, ser apontado como uma corrente de estudos no âmbito latino-americano.

Um estudo mais apurado sobre as vertentes dos Estudos da Recepção utilizados por pesquisadores da Folkcomunicação será crucial para avaliar se as quatro vertentes, apontadas preliminarmente por Roberto Benjamin, são suficientes para abarcar a gama dos estudos de Folkcomunicação com foco no receptor.

Utilizamos neste trabalho, com o intuito de exemplificar as linhas de pesquisas, estudos apresentados sobretudo no GT de Folkcomunicação do Intercom de 2008. Este trabalho inicial buscou trazer a baila as possíveis perspectivas de Estudos de Recepção dentro da Folkcomunicação. Não foi nosso objetivo, neste



momento, de realizar una análise quantitativa dos trabalhos apresentados e assim verificar o percentual de trabalhos que podem ser considerados em cada uma das linhas e, possivelmente, outros que não se encaixam em nenhuma delas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Beltrão, L. (1980). *Folkcomunicação: a Comunicação dos Marginalizados*. São Paulo: Cortez.
- Beltrão, L. (2001). *Folkcomunicação: um Estudo dos Agentes e dos Meios Populares de Informação de Fatos e Expressão de Ideias*. Porto Alegre: Edipucrs.
- Beltrão, L. (2004). O Ex-Voto Como Veículo Jornalístico. In: *Folkcomunicação: Teoria e Metodologia*. (pp. 117-124) São Bernardo do Campo: Umesp.
- Benjamin, R. (2000). *Folkcomunicação no Contexto de Massa*. João Pessoa: Ed. UFPB.
- Benjamin, R. (2004). *Folkcomunicação na Sociedade Contemporânea*. Porto Alegre: Comissão Gaúcha de Folclore.
- Bonito, M., Corniani, F., & Bonito, C. (2008). A Folkcomunicação Amazônica no Arraial Flor do Maracujá de Porto Velho. In: *Anais Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Intercom, 31. Natal, RN. São Paulo: Intercom. CD-ROM.
- Cervi, E. (2007). Líder De Opinião. In: Gadini, S. & Woitowicz, K. (orgs.). *Noções Básicas De Folkcomunicação*. (pp. 39-43). Ponta Grossa: Ed. UEPG.
- Corniani, F. & Lima, V. (2008). Feira de Artesanato Muxungo: As Intermediações Folk- Midiáticas entre Design. In: *Anais Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Intercom, 31. Natal, RN. São Paulo: Intercom. CD-ROM.

- Curran, M. (2009). *História Do Brasil Em Cordel*. São Paulo: Edusp.
- Dias, R. (2007). Identidades Culturais. In: Gadini, S. & Woitowicz, K. (orgs.). *Noções Básicas de Folkcomunicação*. (pp. 143-145). Ponta Grossa: Ed. UUPG.
- Escosteguy, A. & Jacks, N. (2005). *Comunicação & Recepção*. São Paulo: Hacker Editores.
- Fernandes, G. & Brandão, C. (2010). Identidades Homoafetivas em Telenovelas: Percepção Distinta entre a Audiência Massiva e a Audiência Folk. *Revista Geminis*, 1 (1), 99-125. São Carlos, SP: UFSCar.
- Fernandes, G., Freitas, I., & Leal, P. (2012). Folkcomunicação e Estudos de Recepção: Aproximações Teóricas e Possibilidades Metodológicas. In: Lopes Filho, B., Fernandes, G., Coutinho, I., Mendes, M., & Oliveira, M. A *Folkcomunicação no Limiar do Século XXI*. (pp. 173-188) Juiz de Fora: Ed. UFJF.
- García Canclini, N. (2011). *Culturas Híbridas: Estratégias para entrar e sair da Modernidade*. São Paulo: Edusp.
- Jacks, N. (coord) Menezes, D., & Piedras, E. (2008). *Meios e Audiências: a Emergência dos Estudos de Recepção no Brasil*. Porto Alegre: Sulina.
- Jensen, K. & Rosengren, K. (1997). Cinco tradiciones en busca del público. In: Dayan, D. (comp.). *En Busca del Público: Recepción, Televisión, Medios*. (pp. 335-370) Barcelona: Gedisa.
- Lima, M. E., Nunes, D., Gerber, G., Lira, J., Medeiros, M., & Amorim, R. (2008).

- Folkcomunicação e Fantasias no Carnaval de Olinda. In: *Anais Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Intercom, 31. Natal, RN. São Paulo: Intercom. CD-ROM
- Lucena Filho, S. (2007). *A Festa Junina em Campina Grande-PB: uma Estratégia de Folkmarketing*. João Pessoa: Ed. UFPB.
- Lucena Filho, S., & Fernandes, G. (2012). Espaço Gastronômico Folclórico: Cajá-Pb. In: Lopes Filho, B., Fernandes, G., Coutinho, I., Mendes, M., Oliveira, M. *A Folkcomunicação no Limiar do Século XXI*. (pp. 125-139). Juiz de Fora: Ed. UFJF.
- Luyten, J. (2000). O Renascimento da Literatura de Cordel no Brasil. In: Lopes, D. & Trivinho, E. (orgs.) *Sociedade Mediática: Significações, Mediações e Exclusão*. (pp. 191-199). Santos: Leopoldianum.
- Orozco Gómez, G. (1994). *Televisión y Producción de Significados: Tres Ensayos*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Ramos, E. & Maciel, B. (2008). Folkcomunicação como Ferramenta de Turismo Cultural: o Caso dos Papangus de Bezerros. In: *Anais Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Intercom, 31. Natal, RN. São Paulo: Intercom. CD-ROM.
- Renó, D. (2007). Agentes Folkcomunicacionais. In: Gadini, S., & Woitowicz, K. (orgs.). *Noções Básicas de Folkcomunicação*. (p. 44-46). Ponta Grossa: Ed. UEPG.
- Silva, A. (2013). Literatura de Cordel e Hibridização Cultural na

Teledramaturgia: o Passado e o Presente num Diálogo entre as Matrizes Culturais e os Formatos Industriais em "Cordel Encantado". *Cadernos De Comunicação*, 17 (2). Santa Maria. Acesso em: 23 fev. 2014. Disponível em:

<<http://Cascavel.Ufsm.Br/Revistas/Ojs2.2.2/Index.Php/Ccomunicacao/Articloe/View/9032/8178>>.

Souza, P., & Oliveira, F. (2007). Deus Da Luz: um Olhar dos Nativianos sobre o Vídeo- Documentário. In: *Anais Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Intercom, 30. Santos, SP. São Paulo: Intercom. CD-ROM.

Trigueiro, O. (2008). *Folkcomunicação & Ativismo Midiático*. João Pessoa: Editora UFPB.

Woitowicz, K. (2007). Grupos Marginalizados. In: Gadini, S. & Woitowicz, K. (orgs.). *Noções Básicas de Folkcomunicação*. (pp. 59-63). Ponta Grossa: Ed. UEPG.