



## Um mapa dos estudos folkcomunicacionais

MARQUES DE MELO, José. *Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação*. São Paulo: Paulus, 2008. 235 p.

Uma professora que, há vários anos, conhece José Marques de Melo costuma dizer que ficar perto do professor equivale a pedir uma tarefa para executar. A brincadeira, que poderia ser entendida de forma questionável, revela uma das grandes habilidades do mestre que já publicou dezenas de livros, ao longo de uma reconhecida carreira acadêmica profissional. Paralelamente à sua trajetória intelectual, Melo é, sem dúvida, um dos grandes motivadores de ações, projetos, eventos ou grupos de pesquisa que a área da Comunicação tem no Brasil.

Quando o assunto é folkcomunicação, a situação não é diferente: além de ser uma referência, o professor é um dos responsáveis pela formação de espaços, eventos e iniciativas que hoje existem na área em nível nacional. É caso da Rede de Pesquisadores de Folkcom, da Conferência Brasileira de Folkcomunicação (11ª edição em 2008), da *Revista Internacional de Folkcomunicação* (on-line – [www.uepg.br/revistafolkcom](http://www.uepg.br/revistafolkcom)). E agora, Melo também assina mais uma obra na área: *Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação*. Publicado pela Paulus, o livro tem 235 páginas e é uma das mais importantes obras lançadas pela editora em 2008.

Para os leitores ou estudiosos que já circulam pela folkcomunicação, vale uma rápida apresentação. O livro está dividido em dez capítulos, que tematizam aspectos cronológicos, uma trajetória

biográfica e intelectual do fundador da disciplina (Luiz Beltrão), as origens conceituais, as fronteiras do conhecimento, o debate em torno dos gêneros e formatos discursivos, um breve dicionário contextual dos principais termos da área, além de uma discussão das abordagens metodológicas da Folkcomunicação. Didática, a obra constitui-se, assim, em um mapa dos estudos folkcomunicacionais, indicando a emergência de novos grupos de pesquisadores que, nos últimos anos, surgiram em diferentes regiões do País, fortalecendo uma perspectiva que, há pouco mais de dez anos, parecia relegada a um cenário de esquecimento.

Com a experiência de quem não apenas acompanhou, mas motivou o fortalecimento de espaços da área – Rede Folkcom, Núcleo de Pesquisa em Folkcomunicação (da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), Conferência Brasileira de Folkcomunicação, *Revista Folkcom* – Marques de Melo descreve, no livro, um panorama que traz ainda as principais publicações, comenta os anais dos eventos que tematizam a folkcomunicação, situando o leitor nesse crescente campo de estudos.

Para entender a Folkcomunicação é preciso voltar um pouco à gênese conceitual e à trajetória do fundador, Luiz Beltrão (1918-1986): trata-se de uma disciplina voltada ao “estudo do agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias”. Nas palavras de José Marques de Melo,

o objeto desse segmento inovador de pesquisa latino-americana no âmbito das Ciências da Comunicação encontra-se na fronteira entre o *folclore* (resgate e interpretação da cultura popular) e a *comunicação de massa* (difusão industrial de símbolos, por meio de meios mecânicos ou eletrônicos, destinados a audiências amplas, anônimas e heterogêneas) (p. 17).

Mas, se a tese de Luiz Beltrão lançou a via folkcomunicacional em 1967, como explicar o longo silêncio em torno de tal perspectiva de estudo dos fenômenos da cultura popular como formas e relações de comunicação? Segundo Melo (p. 23), a folkcomunicação teria encontrado uma dupla resistência:

a dos folcloristas conservadores (que pretendiam defender a cultura popular das investidas modernizantes) e a dos comunicólogos militantes (que pretendiam fazer da cultura popular o cavalo-de-tróia de suas batalhas políticas).

A trajetória de Luiz Beltrão, diga-se de passagem, merece mais que um capítulo do livro. Para além da ousadia intelectual que resultou na formulação conceitual da folkcomunicação, Melo lembra que o jornalista pernambucano criou o primeiro núcleo de pesquisa de Comunicação no País: o Icinform (Instituto de Ciências da Informação), fundado em 12 de dezembro de 1963, na cidade do Recife (PE).

Entre os dez capítulos do livro, alguns merecem destaque. No estudo das metodologias, objeto do quarto capítulo, Melo discute, a partir de algumas experiências de pesquisa empírica, as relações (possíveis e viáveis) com algumas preocupações que envolvem o multiculturalismo. Aliás, várias proposições de catalogação, inventário e outros estudos da folkcomunicação, que foram pensadas e formuladas pelo professor, fazem parte do debate do referido capítulo. É o caso das orientações metodológicas para os estudos sobre “imagens midiáticas do carnaval” (2000), “processos comunicacionais das festas populares” (2001), “comunicação dos pagadores de promessas” (2005). Propostas metodológicas que, deve-se lembrar, buscaram viabilizar estudos preparatórios de algumas edições da Conferência Brasileira de Folkcomunicação.

O terceiro capítulo é outro que pede uma leitura mais atenta, pois o autor dá pistas para se compreender a crescente ampliação das fronteiras e dos limites disciplinares dos estudos folkcomunicacionais para além da análise “dos fenômenos da recodificação popular de mensagens da cultura massiva”, passando a discutir “a incorporação de bens da cultura popular pela indústria cultural (os meios de comunicação e os aparatos do lazer massivo, principalmente o turismo)”.

O sétimo capítulo é outro tópico do livro que se pode destacar por sua importância e contribuição: o “dicionário contextual” é o espaço em que Marques de Melo sintetiza alguns importantes termos da cultura popular. De forma didática e bem

apresentada, o autor define os termos, a partir de dicionários, obras de referência ou clássicos conceituais e em seguida contextualiza cada termo que integra o “dicionário”. Uma opção didática, mas fundamental para se compreender um pouco melhor a área.

No rol dos capítulos que demandam um olhar mais atento, pode-se destacar também o oitavo, que trata da “cronologia factual”, no qual Melo faz uma retrospectiva, dos anos 1960 aos dias de hoje, de fatos, contribuições, eventos, iniciativas ou publicações que marcaram a emergência e o fortalecimento dos estudos que envolvem a folkcomunicação, tópico histórico fundamental para situar algumas importantes transformações e ações da disciplina. A trajetória dos eventos, por exemplo, indica um dos momentos crescentes de aglutinação e desafios aos novos pesquisadores. Datas que vão, assim, indicando um delineamento da área. Como o ano 1998, que marcou a realização da I Conferência Brasileira de Folkcomunicação, seguida da criação do Núcleo de Pesquisas Folkcom, da Intercom (2000), a reedição de uma das principais obras de Luiz Beltrão (2001, editora da PUC-RS), o lançamento da *Revista Internacional de Folkcomunicação* (2003), tudo num contexto de crescente demanda de estudos, e novos pesquisadores que, em inúmeros estados do Brasil, passaram a se interessar pela folkcomunicação e, ao mesmo tempo, impulsionar novas publicações, dando origem a diferentes abordagens e interpretações para a área.

E o autor do livro? Precisaria de apresentação? Certamente, não! Mas vale lembrar que é jornalista, doutor e pós-doutor em Comunicação, professor universitário. José Marques de Melo é um dos mais reconhecidos pesquisadores da Comunicação no País. Atualmente é diretor da Cátedra Unesco-Methodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, por ele instalada em 1996, e presidente da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), por ele idealizada em 1977. É, ainda, criador ou motivador de inúmeras entidades e organizações de pesquisa da área de Comunicação, de eventos, redes e atividades nacionais ou regionais para recuperar a memória, teorias e abordagens interdisciplinares ou temáticas que dis-

cutem a mídia. Pela mesma editora Paulus, o autor publicou também outros livros, como a *História do pensamento comunicacional*, *A esfinge midiática* e *Teoria do jornalismo: identidades brasileiras*.

Por tudo isso, os estudiosos, pensadores, críticos ou estudantes (de graduação ou pós-graduação) que têm interesse na folkcomunicação contam agora com mais uma importante sugestão de leitura, em que o autor refaz um percurso intelectual em torno de suas reflexões e textos sobre a folkcomunicação, produzidos ao longo dos últimos quarenta anos. A pertinência, atualidade e importância do livro *Mídia e cultura popular* reside, também, nas indicações que o autor faz em torno das tendências dos estudos folkcomunicacionais, num diálogo cotidiano que envolve as manifestações populares da cultura, as apropriações ou tensões midiáticas e, ao mesmo tempo, as ações de mídia que, ao seu modo, participam das construções simbólicas da cultura, em especial das expressões (excluídas ou paralelas) que não encontram ressonância e adesão pela projeção da mídia comercial. Enfim, na dúvida, pode-se apostar que é um livro que vai marcar o (sub)campo da Folkcomunicação.

*Sérgio Gadini*

Professor da Universidade Estadual de  
Ponta Grossa (PR), editor da  
*Revista Internacional de Folkcomunicação*.