

Tecnologia sofisticada e sociedade precária na folkcomunicação brasileira¹

Yuji Gushiken²

Resumo

Neste artigo, busca-se anotar a emergência e a afirmação da chamada folkcomunicação (Luiz Beltrão) como abordagem teórica nos estudos em Comunicação que atenta para a reinvenção de práticas midiáticas e comunicacionais no Brasil. A especificidade da folkcomunicação é sua configuração contemporânea numa insistente situação de tática das culturas tradicionais, no mais das vezes equivalentes às populações periféricas das áreas urbanas, nas quais se põe em relação a sofisticação tecnológica midiática em meio à conhecida precariedade socioeconômica brasileira.

Palavras-chave: Folkcomunicação; precariedade social; tecnologia; Brasil.

Introdução

Este artigo foi apresentado na mesa-redonda que teve como tema central as “Poéticas do precário no Brasil periférico”, no Congresso da Brasa, na Tulane University, em Nova Orleans, Estado da Lousiana, EUA. Uma semana antes, havíamos apresentado também outro trabalho no Colóquio Brasil-EUA de Ciências da Comunicação, também em Nova Orleans, sobre a relação entre o conceito de folkcomunicação, do brasileiro Luiz Beltrão, e a visão ritual da comunicação, do americano James Carey.

O pensamento comunicacional de Luiz Beltrão reflete a condição de ampla desigualdade econômica e intensas diferenciações culturais existentes num país latino-americano como o Brasil. A relevância dos estudos de Beltrão no desenvolvimento da pesquisa em Comunicação no Brasil e na América Latina tem sido referendada, entre outros modos, pela criação de núcleos de pesquisa em folkcomunicação em eventos científicos como as reuniões anuais da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) e da Alaic (Associação Latino-Americana de Investigação em Comunicação), além da publicação de artigos e livros com base no legado teórico do professor brasileiro.

¹ Artigo apresentado na mesa-redonda “Poéticas do precário no Brasil periférico”, do IX Congresso Internacional da Brazilian Studies Association (Brasa), realizado de 27 a 29 de março de 2008 na Tulane University, em New Orleans, Lousiana, EUA.

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

No momento, buscamos trabalhar com algumas características das práticas comunicacionais que, uma vez enquadradas como objetos de pesquisa, singularizam os estudos de Beltrão. De modo específico, buscamos demonstrar a atualidade do pensamento desenvolvido pelo pesquisador brasileiro, localizando-o num momento muito preciso: as atuais discussões sobre o campo dos estudos em Comunicação nas universidades brasileiras.

Assim, num primeiro momento, queremos destacar a inovação dos estudos teóricos de Luiz Beltrão, mais precisamente a partir do momento em que ele esboça o conceito de folkcomunicação. A inovação dos estudos de Beltrão foi afastar-se do funcionalismo sociológico como modelo teórico que marcou o moderno pensamento comunicacional num país industrializado como os EUA para relativizá-lo diante das condições nem tão modernas da sociedade brasileira em geral.

Há, portanto, apontamentos nos estudos sobre folkcomunicação que permanecem contundentes nos estudos comunicacionais. Entre eles, pretendemos destacar a paisagem comunicacional que se desenha na relação, bastante evidente no Brasil, entre desigualdades econômicas e diferenças socioculturais. No campo da comunicação, estas são duas questões que têm historicamente desafiado estudiosos e praticantes da área, na medida em que tais desigualdades e diferenças supõem barreiras quando se trata da relação entre produção e consumo de bens simbólicos e processos cognitivos como parte do processo de produção de sentido.

Alguns momentos são relevantes na concepção de Luiz Beltrão. Primeiro momento: designar a folkcomunicação num momento histórico, percebendo, por analogia, formas de expressão e opinião na cultura popular brasileira. Segundo momento: perceber que as expressões populares se produzem também na medida em que são mediadas pelo consumo das informações da comunicação de massa. Terceiro momento: conceber artefatos da cultura como modos de veicular informações. Nesses três momentos registra-se o processo de inovação teórica que o pesquisador brasileiro faz nos modernos estudos em comunicação. De modo muito atual, quando a questão é sobre a definição do campo de estudos nessa área, o conceito de mídia, muito próximo da concepção de artefatos da cultura como veiculadoras de informação, nos é pertinente neste artigo.

Na folkcomunicação se enuncia um imaginário social que remete aos aspectos lúdicos e líricos da cultura popular brasileira. No entanto, longe de sugerir uma percepção cãndida da realidade social, as manifestações culturais das camadas

populares sempre sugeriram um imaginário de conflito. As angústias psicológicas da prática dos ex-votos na religiosidade nordestina, a crítica social explicitada na sátira da malhação-do-judas, as táticas expressivas calcadas em linguagem sonora e oral dos não-letrados, entre outras expressividades, sugerem que na cultura popular brasileira os modos de dizer alguma coisa constituem a busca de produção da subjetividade na medida em que noções de cidadania parecem por vezes muito distantes. Invariavelmente, esta tensão entre subjetividade e cidadania reflete exatamente a tensão entre desigualdades econômicas e diferenças socioculturais.

As interfaces entre comunicação e cultura tornam-se tênues na concepção de comunicação de Luiz Beltrão, em especial quando esta concepção teórica implica numa certa tipologia classificatória do que vem a ser mídia, tendo como base e referência os estudos de mídia da sociologia americana que, historicamente, tem sido uma das referências nos estudos em comunicação não só no Brasil, mas no mundo todo.

Ao construir o conceito de folkcomunicação, e assim ao considerar uma dimensão comunicacional da cultura popular brasileira, Beltrão teve como recorte teórico especificamente a cultura popular tradicional, o que o aproximou dos estudos de folclore. Contudo, nos processos de transformações culturais da década de 1960-70 aos dias de hoje, já na primeira década do século XXI, certamente que a cultura tradicional em muito se transformou em uma cultura popular urbana, considerando principalmente os fluxos migratórios das áreas rurais para as cidades.

Nas condições socioeconômicas brasileiras, considerando a reinvenção dos processos culturais no ambiente urbano, evidencia-se os usos da cultura como modos de expressão popular. Nem letrada, nem formal; nem culta, nem erudita: a cultura popular, como analisava Beltrão, dota-se de seus próprios meios de expressão. Nessa perspectiva, a cultura ganha ares de ambiência comunicacional. E a cultura, assim como certos usos da arte, passa a ser concebida como ferramenta para “dizer algo”. Quando captura discursos dos meios de comunicação de massa, a folkcomunicação, ao constituir-se como narrativa popular-massiva, sugere uma dinâmica cultural em constante transformação.

Em perspectivas teóricas próximas, a cultura em transformação relacionada à folkcomunicação tem paralelos com o que posteriormente foi designado como sendo uma cultura híbrida (Garcia Canclini) ou cultura sincrética (Canevacci). Os processos culturais híbridos ou sincréticos sugerem, na relação direta com a designação dos

processos folkcomunicacionais, não mais apenas os usos das mensagens dos meios de comunicação de massa no âmbito da cultura popular urbana, lembrando que estes usos em certa medida vão constituir os processos de produção de sentido compreendidos como sendo “comunicação do povo”.

Nos dias de hoje, interessa perceber os modos como distintos grupos sociais ligados a setores das culturas populares urbanas fazem usos não mais das mensagens dos meios de massa, mas das novas tecnologias digitais de comunicação, embora as duas categorias não sejam tão facilmente separadas assim e esteja sendo anotada aqui mais como procedimento metodológico.

Estas novas tecnologias incluem, entre outros gêneros, a produção de audiovisual com que, de forma bastante evidente, a cultura popular urbana vem construindo uma ficção de si mesma, reinventando modos de auto-representar-se nas práticas midiáticas. O uso de novas tecnologias digitais pelas camadas populares, no entanto, ainda enfrenta o julgamento moralista de que à classe trabalhadora, em geral, e aos mais pobres, de forma específica, caberia não mais que o sustento das necessidades básicas.

Entre a sofisticação tecnológica oriunda dos países ricos e a precariedade social já conhecida de países latino-americanos, os usos midiáticos vêm redefinindo a existência simbólica através de experiências de linguagem nas periferias das cidades brasileiras. O mais importante, na virtualidade destas experimentações, é o fato de que o simbólico não raro redefine, pelo menos numa espécie de tática, a dimensão econômica de parte da população da periferia através do chamado trabalho imaterial (Negri & Lazzarato).

Houve um tempo em que a cultura popular se confundia com as manifestações das culturas tradicionais e se localizava nas áreas rurais. A população rural no Brasil, a partir dos processos de urbanização e modernização, migrou em boa parte para as cidades, enfaticamente para as periferias. Mais precisamente, boa parte dessa massa populacional vive no trânsito entre as zonas rurais e urbanas, reinventando nas áreas periféricas das cidades novas condições de existência econômica e simbólica. Daí a relevância da cultura popular urbana e sua constituição teórica nos estudos em comunicação, o que tem sido evidenciado, entre outros modos, pela criação de grupos de trabalho nos principais congressos científicos da área.

A dimensão urbana, como experiência social e econômica, sugere e mesmo demanda uma atualização do conceito de folkcomunicação como “comunicação do

povo”, uma vez que povo é uma categoria em constante transformação, conforme o próprio desenvolvimento socioeconômico e as transformações culturais em países como o Brasil. Certamente que a constante transformação da categoria povo se refere especificamente aos dados culturais, mas considerando que em muitos casos as transformações culturais encontram-se ligadas, direta ou indiretamente, com as conseqüentes mudanças socioeconômicas.

Nesta perspectiva, a folkcomunicação, como disciplina das ciências da comunicação, sugere, por sua vez, repensar as culturas tradicionais em meio ao processo de consumo de tecnologias midiáticas próprio do desenvolvimento capitalista. Se a relação entre os conceitos de tradição cultural e cultura popular são bastantes nuançadas, os conceitos contemporâneos de culturas híbridas (Garcia Canclini) e sincretismos (Canevacci) facilitam a lida com as condições transitivas da cultura contemporânea. Para o campo da comunicação, convém anotar os modos como as culturas populares urbanas se reinventam na mediação das novas tecnologias midiáticas.

Uma cena relacionada ao audiovisual ilustra esta relação entre o popular urbano e a sofisticação tecnológica. Numa sala de aula do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), em Cuiabá, Estado de Mato Grosso, estudantes assistem a um documentário em DVD de um boi-bumbá, tradicional manifestação da cultura do entorno da cidade de São Luis, Estado do Maranhão, no Nordeste do Brasil. O documentário é específico sobre o Boi da Maioba, comunidade localizada nos arredores da capital São Luís, onde há grande concentração de grupos de bois-bumbás. Nas periferias daquela cidade maranhense, os bois são agremiações socioculturais, de dimensão comunitária, que cultivam as canções e danças relacionadas a essa singular manifestação cultural do Nordeste brasileiro.

O documentário, produzido pela própria comunidade da Maioba, conforme se infere pela leitura dos créditos, nem de longe sugere a qualidade técnica de um produto com a assinatura de um canal internacional e de grandes produções audiovisuais como um Discovery Channel. Mas importa, no caso, não mais os modos de visibilidade das manifestações tradicionais na mídia de massa ou mesmo nos canais segmentados e especializados dirigidos às classes A e B, mas nos usos midiáticos pelas massas populares urbanas que hoje reinventam e determinam novas condições de produção e circulação de informações nos dias de hoje.

Se em países como a Inglaterra a idéia de tradição está muito próxima da cultura das elites, no Brasil a tradição se relaciona muito fortemente com a cultura popular. Não por acaso, o popular se relaciona de modo muito próximo com a já conhecida condição de precariedade socioeconômica de boa parte da população brasileira. De outra maneira, as tradições são constantemente reinventadas na medida em que se articulam na mediação das novas tecnologias. Se folkcomunicação é “comunicação do povo”, certamente que a evolução das mídias e as novas condições de produção de linguagem sugerem que a disciplina criada por Luiz Beltrão continua relevante como modelo teórico, mas que demanda uma leitura atualizada, conforme estejamos passando do paradigma da comunicação de massa para a da cibercultura.

Sofisticação tecnológica e precariedade social, portanto, designam as condições de produção de linguagem no campo da folkcomunicação brasileira. Desigualdades sociais, do ponto de vista econômico, e diferenças culturais, do ponto de vista simbólico, não se anulam, mas ganham aquela condição em que o simbólico tende a direcionar o econômico a uma outra espessura: a produção simbólica segundo o consumo tecnológico. O consumo de novas tecnologias hoje em dia encontra-se em fase de expansão em países de baixa renda per capita e de precariedade social como o Brasil. Hipoteticamente, tende a redefinir a idéia pioneira da escola latino-americana da comunicação de que receptores de informação deveriam ser também produtores.

Esta nova condição de produção de linguagem torna-se possível na medida em que amplas faixas da população passam a ter acesso a tecnologias até então destinadas a públicos consumidores em nichos de mercado muito específicos no caso brasileiro. Câmeras de vídeo portáteis, por exemplo, são oferecidas em canais de TV aberta no Brasil a um público consumidor que tenha condições de pagar cerca de R\$ 900 em várias prestações no cartão de crédito, hoje em dia mais acessível às grandes massas, uma vez que, como dizia Gilles Deleuze, somos não mais assalariados, mas sujeitos endividados no que ele chamou de sociedade de controle.

Convém lembrar que a idéia de o receptor ser simultaneamente produtor de informação era uma utopia no paradigma hoje em processo de desgaste da comunicação de massa. Em tempos de cibercultura, as transformações tecnológicas reativam até mesmo a noção de “impacto” da mídia não apenas no comportamento, mas também nos modos de a grande massa populacional produzir bens culturais.

Produção de sites na internet, documentários com assinatura e produção amadora, veiculação de imagens pelos telefones celulares, a emergência no Brasil da TV digital desde dezembro de 2007, a evolução do formato DVD pela tecnologia denominada blue-ray, a convergência cada vez mais evidente de internet com telefonia celular. Tudo isto incide em novas virtualidades em que as tradições culturais e populares ganham diferentes formas de representação quando se trata comunicação como produção simbólica e, portanto, produção de subjetividade.

No entanto, uma questão se apresenta: o consumo de tecnologias midiáticas supõe uma concepção de desenvolvimento social numa perspectiva evolucionista. Da cultura científica e tecnológica produzida nos países desenvolvidos passa a depender as condições de reprodução da cultura tradicional em países periféricos como o Brasil. A tradição cultural e seus equivalentes de precariedade socioeconômica nos indicam uma condição contemporânea: fora dessa perspectiva evolucionista, a cultura se produz nas mais adversas condições, de forma multilinear. A comunicação, ao contrário, torna-se refém deste axioma técnico-midiático que tende a determinar a veiculação ou não das mais diversas formas culturais.

A folkcomunicação, portanto, é um modelo teórico que emerge no final dos anos 60 considerando as condições econômicas precárias da população brasileira. Por outro lado, enfatiza o valor simbólico da produção cultural e as táticas populares quando se trata de produzir e fazer circular informações. Nessas táticas de produção de sentido, a noção de mídia não necessariamente se confunde com a moderna concepção de mídia de massa nem com as mais recentes mídias digitais que configuram a emergência da cibercultura.

No entanto, é no mínimo razoável dizer que as práticas folkcomunicacionais, do modo como Beltrão as caracterizou entre as décadas de 1960 e 1970, se atualizam intensamente no consumo e uso de mídias digitais do século XXI. Se tradição é invenção, no caso brasileiro as modernas tradições culturais, que combinam memórias populares com práticas midiáticas contemporâneas, também se referem ao campo de virtualidades em que se encontram modelos teóricos como a folkcomunicação.

Conclusão

Certamente que a cultura contemporânea tem se configurado como sendo eminentemente uma cultura comunicacional. Em outras palavras: a comunicação de

massa – que ascendeu como fenômeno técnico, econômico e social ao longo do século XX – passou a demandar uma suposta universalidade na qual necessariamente desembocariam todas as formas culturais. Traduzindo, mais ainda: todas as formas culturais tenderiam, nessa suposta universalidade, a serem reduzidas à espessura da abordagem comunicacional de massa.

A midiatização das culturas em geral responde, portanto, a essa redução da cultura às práticas e aos modelos comunicacionais. Assim, as práticas comunicacionais passaram a modular a visibilidade e a difusão, e em certa medida a existência, das mais variadas manifestações culturais, incluindo as tradições folclóricas. A cultura, nesse sentido, torna-se refém da comunicação.

Isto sugere pautar pelo menos duas questões: primeiro, o fato de que as práticas comunicacionais, nos dias de hoje, necessariamente precisam ser concebidas nos aparatos tecnológicos dos dispositivos científicos e tecnológicos produzidos no capitalismo; segundo, se a comunicação é filha do capitalismo, a cultura agora necessariamente midiatizada torna-se no mínimo sua dependente.

Assim, a comunicação, que tem sido constituída teoricamente como um princípio de cidadania e subjetividade, tende a acompanhar muito mais a dinâmica das transformações técnicas e socioeconômicas do que a cultura compreendida num sentido mais amplo.

Como conclusão, apontaríamos o fato de que as tradições culturais, mediadas pelos usos das novas tecnologias, evidenciam modos como, no capitalismo contemporâneo, o antigo se confunde com o novo, a produção de valor por vezes se confunde com a produção de sentido e as constantes inovações da tecnologia reinventam mediações até mesmo em situações de precariedade socioeconômica como é o caso do Brasil.

Bibliografia

- BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação: Teoria e metodologia*. São Bernardo do Campo: Umesp, 2004.
- _____. *Folkcomunicação – Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias*. Porto Alegre: Edipucrs, 2001.
- BOSI, Alfredo (org.). *Cultura brasileira – Temas e situações*. São Paulo: Editora Ática, 2000.
- CANCLINI, Néstor Garcia. *Diferentes, desiguais e desconectados*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.
- CANEVACCI, Massimo. *Sincretismos – Uma exploração das hibridações culturais*. São Paulo: Studio Nobel, 1996.
- CAREY, James. *Communication as culture – Essays on media and society*. New York-London: Routledge, 1992.
- CARDOSO, Gustavo. *A mídia na sociedade em rede*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.
- DeFLEUR, Melvin; BALL-ROKEAH, Sandra. *Teorias da comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.
- EAGLETON, Terry. *A idéia de cultura*. São Paulo: Editora Unesp, 2005.
- FERNANDES, Florestan. *O folclore como questão*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- GUSHIKEN, Yuji. *Visão ritual e folkcomunicação: Modelos teóricos e abrangência do campo da comunicação*. New Orleans: Intercom/Tulane University (Colóquio Brasil-EUA de Ciências da Comunicação), 2008.
- LARAIA, Roque de Barros. *Cultura: Um conceito antropológico*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2005. 18ª edição.
- LIMA, Rossini Tavares de. *A ciência do folclore*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. *Pesquisa em comunicação – Formulação de um modelo metodológico*. São Paulo: Edições Loyola, 1990.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. *Ofício de cartógrafo – Travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Edições Loyola, 2002.
- MELO, José Marques de. *Teoria da comunicação: Paradigmas latino-americanos*. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.
- MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina (orgs.). *Gênese do pensamento comunicacional latino-americano – O protagonismo das instituições pioneiras Ciespal, Icinform, Ininco*. São Bernardo do Campo: Umesp, 1999.
- NEGRI, Antonio; LAZARATTO, Mauricio. *Trabalho imaterial – Formas de vida e produção de subjetividade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.
- ORTIZ, Renato. *Românticos e folcloristas e Cultura popular*. São Paulo: Editora Olho d'Água, 1992.
- PRADO, Luiz Aidar (org.). *Crítica das práticas midiáticas – Da sociedade de massa às ciberculturas*. São Paulo: Hacker Editores, 2002.
- SATRIANI, Luigi M. Lombardi. *Antropologia cultural e análise da cultura subalterna*. São Paulo: Editora Hucitec, 1996.
- SCHMIDT, Cristina. A reprodutibilidade digital na folkcomunicação: A construção de novas linguagens ou o fim do popular. In: *Comunicação & Sociedade*, ano 28, no. 47, 1º sem. São Bernardo do Campo: Umesp, 2007.