

DO FOLK MEDIA AO SOCIAL MEDIA - DIÁLOGOS ENTRE CULTURA POPULAR E CIBERCULTURA NA SOCIEDADE EM REDE

Daira Renata Martins Botelho

Jornalista, formada pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP de Bauru – São Paulo. Mestranda do curso de Pós-Graduação em Comunicação Midiática na mesma Instituição. Aluna do curso de Pós-Graduação Mídia, Informação e Cultura da USP – São Paulo. Pesquisadora na área de Folkcomunicação, Cultura e Mídia. Bolsista Capes. E-mail: dairarmb@yahoo.com.br

Silvia Regina Ferreira

Jornalista, formada pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP de Bauru – São Paulo. Mestranda do curso de Pós-Graduação em Comunicação Midiática na mesma Instituição, atuando na linha de processos midiáticos e práticas socioculturais. Pesquisadora na área de cibercultura, ciberjornalismo, mídias sociais e cibercidadania. Bolsista Capes. E-mail: silviaferreira.jor@gmail.com

Resumo

A discussão sobre a sociedade em rede proposta por Castells trouxe ao mundo acadêmico uma necessidade de repensar paradigmas comunicacionais da contemporaneidade. Da mesma forma, ressaltou novos caminhos para compreender as motivações dos atores sociais na dinâmica das mudanças, marcadas pela emergência de uma autonomia comunicativa resistente à predominância dos *Mass Media*.

No entanto, independentemente das mediações tecnológicas incorporadas pela sociedade, tais motivações já chamavam a atenção de pesquisadores de diversas áreas, inclusive da comunicação, impulsionados pela tentativa de compreender as interações sociais e culturais legitimadas à margem da indústria midiática.

Um desses pesquisadores foi Luiz Beltrão – criador da teoria de Folkcomunicação – que buscou entender como se dava a comunicação através das camadas populares, a forma como recebiam e compartilhavam informações, formando, assim, uma rede folk de comunicação.

Outros autores pensaram no global como forma de entender o todo e o particular, a exemplo de Marshall McLuhan, cujas teorias também orientaram Beltrão na formulação de seu próprio pensamento comunicacional.

O objetivo deste artigo é relacionar as teorias da Folkcomunicação e da Sociedade em Rede, a fim de encontrar os pontos de convergência e de complementaridade entre cultura popular e cibercultura, buscando um diálogo entre a comunicação da cultura popular e a comunicação existente nas redes sociais no contexto de convergência midiática.

Palavras-chave: Folkcomunicação; Cultura Popular; Cibercultura; Mídias Sociais

Resumen

La discusión de la propuesta de Castells red de la sociedad por el mundo académico trajo una necesidad de repensar los paradigmas de la comunicación contemporánea. Asimismo, señaló nuevas formas de entender las motivaciones de los actores sociales en la dinámica del cambio, marcado por la aparición de un predominio de la autonomía resistentes comunicativa de los medios de comunicación de masas.

Sin embargo, a pesar de las mediaciones tecnológicas construidas por la sociedad, tales motivaciones han llamado la atención de los investigadores en varias áreas, incluyendo la comunicación, impulsada por el intento de entender las interacciones sociales y la legitimidad cultural en el marco de la industria de los medios de comunicación.

Uno de estos investigadores fue Luiz Beltrão - creador de la teoría de la comunicación popular - que trata de entender cómo fue la comunicación a través de las clases más bajas, lo que han recibido y la información compartida, formando así una red de comunicación popular.

Otros autores considerados como una forma de entendimiento global del conjunto y en particular el ejemplo de Marshall McLuhan, cuyas teorías Beltrão influido también en la formulación de su comunicación propio pensamiento.

El objetivo de este trabajo es relacionar las teorías de la comunicación popular y la Sociedad en Red, con el fin de encontrar puntos de convergencia y complementariedad entre la cultura popular y la cibercultura, la búsqueda de un diálogo entre la comunicación de la cultura popular y la comunicación en las redes sociales existentes en el contexto de la convergencia de los medios de comunicación.

Palabras clave: comunicación popular; Cultura popular; Cibercultura; Los medios de comunicación social.

Introdução

Em 1996, o lingüista e filósofo estadunidense Noam Chomski esteve no Brasil e concedeu uma entrevista ao programa Roda Viva, da TV Cultura. Na ocasião, perguntaram-lhe o que ele achava da internet. A questão, que hoje parece generalista, era plausível ao contexto da época, uma vez que as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) apenas começavam a se manifestar no cotidiano da população e os reflexos desse movimento na dinâmica da sociedade ainda eram tímidos.

Embora pesquisadores de todo o mundo já estivessem trabalhando na tentativa de identificar, avaliar e refletir sobre os impactos das TICs na comunicação midiática, o ambiente online tal como se apresenta hoje, multimidiático e interativo, ainda não havia sido incorporado aos hábitos dos cidadãos. Com essa perspectiva, Chomski respondeu: “A tecnologia em si é totalmente neutra. A internet será o que as pessoas fizerem dela”.

Com a afirmação, ele reiterava uma das condições essenciais ao processo comunicativo: a ação de pessoas e suas motivações, independente do meio utilizado. Com o crescimento das mídias sociais, que permite aos usuários uma forma de expressão não-mediada ao lado de outros canais alternativos próprios de um cenário de convergência, o estudo dos comportamentos comunicativos autônomos ganhou cada vez mais força. Entretanto, uma proposta de estudos já se ocupava dessa análise de maneira particular, em contextos desprovidos de mediações tecnológicas: A Folkcomunicação, que trata da comunicação dos marginalizados, a comunicação daqueles que não se vêem representados pela mídia tradicional.

A convergência que traçamos entre a Folkcomunicação e a Cibersociedade pode ser percebida através dos movimentos que encontramos dentro e fora da rede mundial de computadores, a rede que se constitui não somente pelo ciberespaço, mas que forma uma teia global, como teorizou Castells. A cultura, o convívio e a troca de informações fazem com que essas redes se fortaleçam em torno de um bem comum: a expressão social e a inteligência coletiva que inspiram o diálogo proposto neste artigo.

As origens dos estudos folkcomunicacionais

Na década de 60, enquanto, no Brasil, a população ainda acostumava-se à chegada da televisão e da disseminação dos meios de comunicação de massa já existentes, padronizados pelos modelos europeus e estadunidenses, o pernambucano Luiz Beltrão voltou seu olhar e suas pesquisas para outras formas de comunicar, de transmitir informações e de se dar a conhecer através do conhecido como “popular”.

Em seu ofício como jornalista no Diário de Pernambuco, Beltrão foi enviado para realizar coberturas jornalísticas nas comunidades rurais, afastadas do circuito das grandes

mídias e que, à sua maneira, se comunicavam de forma eficaz. O autor então se perguntou:

Como se informavam as populações rudes e tardas do interior de nosso país continental? Por que meios, por quais veículos manifestavam seu pensamento, a sua opinião? Que espécie de jornalismo, que forma – ou formas – atenderia à sua necessidade vital de comunicação? (GUARALDO, 2005 *apud* BELTRÃO, 2001, p. 24)

Ao perceber que a comunicação existente se dava de forma diferenciada, através dos métodos mais simples do ato de comunicar, como a oralidade, a escrita, as danças, a cultura popular, Beltrão iniciou seus estudos através dos ex-votos.

Seu primeiro artigo com indicações sobre a Folkcomunicação foi publicado na Revista Comunicação e Problemas¹: “*O ex-voto como veículo jornalístico*”. Ex-votos são os pagamentos de promessas feitos pelos fiéis em forma de agradecimento por uma graça alcançada, podem ser em forma de fotos, vestimentas, partes do corpo feitas em cera, etc.² Para Beltrão, os ex-votos são contadores de histórias, reflexo de uma situação na sociedade e, até mesmo, denúncias de problemas sociais que afetam grande parte da população de determinada região. Se um determinado santuário guarda entre seus ex-votos grandes quantidades de fotos ou artefatos de cera que representem bebês, podemos constatar a mortalidade infantil daquela região ou, como pode ser visto recentemente no Santuário de Nossa Senhora Aparecida, a grande quantidade de uniformes remetendo ao Exército Brasileiro em agradecimento à volta dos soldados brasileiros – muitos da região do Vale do Paraíba – das missões de pacificação realizadas no Haiti³.

Foi também nessa edição de Comunicação e Problemas que Luiz Beltrão ressalta a existência da comunicação aquém da midiática, predominante na época:

Não é somente pelos meios ortodoxos (a imprensa, o rádio, a televisão, o cinema, a arte erudita e a ciência acadêmica) – que, em países como o nosso – de elevado índice de analfabetos e incultos, ou em determinadas circunstâncias sociais e políticas, mesmo nas nações de maior desenvolvimento cultural – não é somente por tais meios e veículos que a massa se comunica e a opinião pública se manifesta. Um dos grandes canais de comunicação coletiva é, sem dúvida, o folclore.

Das conversas de boca de noite, nas pequenas cidades interioranas, na farmácia ou na barbearia; das trocas de impressões provocada pelas notícias trazidas pelo chofer de caminhão, pelo representante comercial ou pelo “bicheiro”; ou, ainda, pelos versos do poeta distante, impressos no folheto que se compra na feira, e pelos “martelos” do cantador ambulante; pelos inflamados artigos do jornalista matuto ou pelas severas admoestações dos missionários; do raciocínio do homem solitário no seu trabalho na floresta, na caatinga ou na coxilha. Daí é que surgem, vão tomando forma, cristalizando-se as idéias-motrizes, capazes de, em dado instante e sob certo estímulo, levar àquela massa aparentemente dissociada e apática a uma ação uniforme e eficaz. É que a semente da informação germinou no espírito das analfabetas, semi-alfabetizadas e, de toda maneira, rudes e tardas gentes do povo. E, de repente, floresce na rosa da opinião nas manifestações artísticas e folclóricas, ou frutifica – pomo de ação – nos movimentos insospitáveis de massa que concretizam a vontade popular. (BELTRÃO, 2004, p. 117-118)

A sistematização da teoria se deu por meio da tese de doutorado defendida na Universidade de Brasília, intitulada “*Folkcomunicação, um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias*”, no ano de 1967. Beltrão classifica a Folkcomunicação como a comunicação dos marginalizados – termo esse usado em relação a todos aqueles que estavam aquém da mídia hegemônica –, classificando-os em três grupos de indivíduos:

1 – grupos rurais marginalizados: sobretudo devido ao seu isolacionismo geográfico, sua penúria econômica e baixo nível intelectual.

2 – grupos urbanos marginalizados: compostos de indivíduos situados nos escalões inferiores da sociedade, constituindo as classes subalternas, desassistidas, subinformadas e com mínimas condições de acesso.

3 – grupos culturalmente marginalizados: urbanos ou rurais, que representam contingentes de contestação aos princípios, à moral ou a estrutura social vigente.

Beltrão traçou o objeto de estudo da Folkcomunicação: a comunicação existente nas manifestações populares, ou seja, como essa manifestação comunica com seus próprios participantes e com a sociedade. Surgiu a figura do líder de opinião: pessoa de destaque em determinado grupo, responsável por decodificar e repassar o conhecimento midiático aos demais.

Hoje com mais de 40 anos desde sua criação, a teoria da Folkcomunicação tem sido relida e, também, aplicada a acontecimentos e fenômenos da modernidade. À teoria somaram-se conceitos trazidos por autores como Joseph Luyten (Folkmídia), Severino Lucena Filho (Folkmarketing), Osvaldo Trigueiro (Ativista Midiático), todos eles complementando a proposição de Beltrão e contribuindo para o crescimento e fortalecimento da Folkcomunicação enquanto teoria da comunicação.

Apesar de sua íntima ligação com o folclore⁴, a Folkcomunicação mostra-se abrangente, pois considera as manifestações populares em geral: não somente a tradição como as festas e folguedos, a literatura de cordel, mas também o moderno, como, por exemplo, os movimentos de resistência da atualidade. No entanto, o cerne de tais manifestações continua o mesmo da época de Beltrão: a comunicação realizada pelo popular, por aqueles que não dispõem de voz ativa perante a mídia.

José Marques de Melo evidencia o pensamento do criador da Folkcomunicação aliando a teoria ao fenômeno da globalização:

A globalização permite vislumbrar o cenário de um mundo polifacético e multicultural. Mas sugere que qualquer inserção pro-ativa no seu universo depende basicamente do capital simbólico acumulado nas mega, macro ou microrregiões, potencialmente convertíveis em imagens e sons capazes de sensibilizar a aldeia global. Vale dizer, ancorados em dimensão universalizante. Ou, 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 media* e a *mass media*. 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 *feedback* dialético, contínuo, criativo. (MARQUES DE MELO, 2005, p. 55)

Cibersociedade e releitura da comunicação não-mediada

No cenário em que Luiz Beltrão desenvolvia seus estudos folkcomunicacionais, os meios de comunicação de massa (MCM) eram determinados como dispositivos tecnológicos que possibilitavam o compartilhamento de informações para grandes audiências. Assim, não permitiam interações dialógicas no nível microsocial, exercendo influência social unilateral de alguns grupos sobre o conjunto da sociedade. A delimitação teórica não anulava, contudo, a existência de tais interações dialógicas. Elas se manifestavam no nível da oralidade e de outras formas de expressão cultural não-mediadas.

Nesse contexto, a incorporação das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) na indústria midiática se manifestava nos modos de gestão, produção e transmissão, um impacto que vinha de dentro das instituições para o público. Esperava-se que o desenvolvimento tecnológico passasse a servir prioritariamente à manutenção e ao aprimoramento desse modelo, mas a evolução correspondeu a uma mudança de sentido no fluxo da informação. Os MCM foram sendo absorvidos pela comunicação mediada por computadores (CMC), que assumia o usuário como receptor interativo. Esse panorama condicionou cada vez mais o crescimento do ciberespaço, “que, por sua vez, corresponderia antes a um desejo de comunicação recíproca e de inteligência coletiva” (LÉVY, 1999).

A partir da motivação dos atores sociais envolvidos, é possível estabelecer um interessante diálogo entre a cultura popular e a cibercultura. Ambas favorecem o desenvolvimento de formas de comunicação alternativas aos meios tradicionais, que pode-se chamar de *Folk Media* e *Social Media*, respectivamente. Mas, enquanto o *Folk Media* permanece à margem de qualquer estrutura midiática institucionalizada, o *Social Media* se apresenta como meio de expressão em perspectiva de convergência transmídia, onde, segundo Jenkins (2008), “as velhas e as novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneira imprevisíveis”:

A circulação de conteúdos – por meio de diferentes sistemas de mídia, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais – depende fortemente da participação ativa dos consumidores.

(...) A expressão *cultura participativa* contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre consumidores e produtores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora consi-

derá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. (JENKINS, 2008, p.30)

Assim, nesse momento histórico, marcado pela popularização da internet e pela cultura do compartilhamento nas mídias sociais, a facilidade de divulgação e legitimação do conteúdo produzido pelo público influencia cada vez mais os modos de produção e seleção de conteúdos. Tal fenômeno é percebido de maneira particular no ciberjornalismo, que se diferencia do jornalismo *offline*, sobretudo pela multimídia, hipertextualidade e interatividade.

Essas características permitiram o desenvolvimento do jornalismo colaborativo que, aliado ao crescimento das mídias sociais, determinou novos padrões de fatos jornalísticos, bem como fontes e fluxos de informação, favorecendo a participação social no ecossistema midiático. Ainda, os critérios de noticiabilidade incorporados ao fazer jornalístico ganharam novos conceitos e adaptações à ética e aos valores próprios das mídias sociais, que por sua vez viabilizaram o surgimento de fatos sociais que não seriam possíveis sem o intermédio da tecnologia - tanto na sua constituição quanto na sua visibilidade. Assim, conforme afirmou Castells em uma perspectiva de tendência histórica, as funções e os processos dominantes na era da informação são cada vez mais organizados em torno de redes sociais.

A inclusão da maioria das expressões culturais no sistema de comunicação integrado baseado na produção, distribuição e intercâmbio de sinais eletrônicos digitalizados tem conseqüências importantes para as formas e processos sociais. Por um lado, enfraquece de maneira considerável o poder simbólico dos emissores tradicionais fora do sistema, transmitindo por meio de hábitos sociais historicamente codificados: religião, moralidade, autoridade, valores tradicionais, ideologia política. Não que desapareçam, mas são enfraquecidos a menos que se recodifiquem no novo sistema. (CASTELLS, 1996, p. 461)

Ainda que a formação de redes sociais seja um fenômeno antigo, a tecnologia da informação incorporada ao cotidiano das pessoas viabilizou essa redecodificação de poderes simbólicos de forma nunca antes vista, já que “o surgimento da internet impôs uma reorganização na distribuição das notícias comunitárias” (NICOLA, 2003). Ainda, segundo Marshall McLuhan, “os efeitos da tecnologia comunicativa não ocorrem aos níveis das opiniões e dos conceitos, eles se manifestam nas relações entre os sentidos e nas estruturas de percepção” (MCLUHAN, 1996).

Se até aqui foram apontadas semelhanças e raízes comuns entre a dinâmica do Folk Media e do Social Media, o panorama agora inspira questões que podem relativizar os efeitos dessa complementaridade. Ao alterar relações entre os sentidos e nas estruturas de percepção, em que medida a virtualização das tradições e expressões populares contribui para a legitimação das identidades culturais e suas essências de resistência e afirmação de costumes?

Primeiramente, é preciso ressaltar que

...a distinção identitária entre emissor e receptor, entre empresa e consumidor, entre instituições e cidadãos, entre público e privado não conseguem mais explicar a complexidade das interações sociais nem as formas do habitar metageográficas contemporâneas. (DI FELICE, 2008, p. 17).

Essa distinção identitária remete a fórmulas da sociedade de massa, uma vez que considera um denominador comum mental das grandes audiências, que seria o mínimo da capacidade interpretativa de cada destinatário. Apesar do caráter dominador, Pierre Lévy aponta o aspecto universalizante desse paradigma: Ao negligenciar as singularidades do destinatário, a cultura de massa “totaliza”, insere o indivíduo em um contexto amplo, ao passo que a cibercultura desenvolve uma teia caótica descontextualizada que “instaura, paradoxalmente, um outro contexto holístico, quase tribal, mas em maior escala do que as sociedades orais” (LÉVY, 1999, P.116).

Por essa ótica, na cibersociedade não faria sentido buscar a preservação de culturas populares, tampouco movimentar-se a favor de “manter a tradição de ter tradições”. Pois, se as novas tradições não emergem de uma dinâmica natural, nada mais são do que simulacros de realidade. E se existem antigas tradições que não se sustentam, o esforço de preservá-las em um contexto de incompatibilidade social seria desnecessário, considerando sua motivação inicial – resistir e afirmar-se. Isso porque, diante do caos cultural e informacional, não seria possível determinar a quem as comunidades resistem e em relação a quem elas se afirmam.

No regime clássico da escrita, o leitor encontrava-se condenado a reatualizar o contexto a um alto custo, ou então restabelecê-lo a serviço das igrejas, instituições ou escolas, empenhadas em ressuscitar e fechar o sentido. Ora, hoje, tecnicamente, devido ao fato da iminente colocação em rede de todas as máquinas do planeta, quase não há mais mensagens “fora de contexto”, separadas de uma comunidade ativa. Virtualmente, todas as mensagens encontram-se mergulhadas em um banho comunicacional fervilhante de vida, incluindo as próprias pessoas, do qual o ciberespaço surge, progressivamente, como um coração.

(...) Resumindo, a cibercultura dá forma a um novo tipo de universal: o universal sem totalidade. (...) Assim o ciberespaço não engendra uma cultura do universal porque de fato está por toda parte, e sim porque sua forma ou sua idéia implicam de direito o conjunto dos seres humanos. (LÉVY, 1999, p.118-119).

Considerações finais

Com o crescimento das mídias sociais e das facilidades de expressão proporcionadas pela mediação tecnológica, qual seria, então, a importância dos estudos folkcomunicaçãois no século XXI? Da mesma forma, podemos questionar os limites e possibilidades das redes sociais como uma ferramenta para integrar pessoas, idéias e ideais na mesma rede de informações?

Atualmente, identificar as influências da cibercultura na dinâmica social, caracterizá-las e delimitá-las em objetos de estudo é um dos desafios da pesquisa em comunicação. A complexidade dos desdobramentos avança em descompasso com a disponibilidade de teorias fundamentais e métodos de pesquisa que possam orientar uma perspectiva segura. Nesse contexto, vale considerar que, da mesma forma que a análise da história da imprensa contribui com a compreensão da atual realidade dos veículos jornalísticos, a história oral também é fundamental para o entendimento dos desdobramentos da cultura participativa e da sociedade não mediada.

Assim, tanto as diferentes formas de comunicar adotadas pela cultura popular (literatura de cordel, os contadores de história, entre outras manifestações sociais) quanto a produção de conteúdo distribuída pelos blogs e sites de relacionamentos partem do mesmo desejo de expressão autônoma e protagonismo histórico. Assim sendo, a folkcomunicação reafirma raízes que podem contribuir com a extensa teia de redescobertas e releituras em trânsito acadêmico.

Vale ainda ressaltar a inconsistência da categorização das mídias sociais como uma forma de expressão que evoluiu do *FolkMedia*, uma vez que o desenvolvimento da cibercultura também manifesta um risco real de transformar-se em fator suplementar de desigualdade e de exclusão. O acesso ao ciberespaço ainda é limitado e, segundo Lévy, seu crescimento deve ser observado a partir da tendência de conexão e não de seus números absolutos. Ele resalta ainda que será cada vez mais fácil e barato conectar-se, mas alerta: “Cada novo sistema de comunicação fabrica seus excluídos”, exemplificando que não havia letrados antes da invenção da escrita. Assim, a folkcomunicação reafirma sua resistência de forma tão imprevisível quanto a evolução de uma rede distribuída.

Referências Bibliográficas

BELTRÃO, Luiz. *Comunicação e Folclore: Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias*. São Paulo: Melhoramentos, 1971.

_____. *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*. São Paulo: Cortez, 1980.

BREGUEZ, Sebastião (org.). *Folkcomunicação: resistência cultural na sociedade globalizada*. Belo Horizonte: INTERCOM, 2004.

CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede. A Era da Informação: economia, sociedade e cultura*. v.1. São Paulo: Paz e Terra, 1999a.

DI FELICE, Massimo (org.). *Do público para as redes a comunicação digital e as novas formas de participação social*. Era digital; v. 1. São Caetano do Sul: Difusão, 2008.

EAGLETON, Terry. *La Idea de Cultura – Uma mirada política sobre los conflictos culturales*. Tradução de Ramón José Del Castillo. Buenos Aires: Barcelona y Editorial Paidós, 2001.

GUARALDO, Tamara de Souza Brandão. *Comunicação, cultura e mídia: o mito do Unhudo da Pedra Branca*. Dissertação de Mestrado. Bauru, 2005.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Editora Aleph, 2008.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo, 34, 1999.

MARQUES DE MELO, José. *Mídia e Cultura Popular: História, Taxionomia e Metodologia da Folkcomunicação*. São Paulo: Paulus, 2008.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. 18 ed. São Paulo: Cultrix, 1996.

MCQUAIL, Denis. *Mass communication theory: an introduction*. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage publications, 2002.

NICOLA, Ricardo. *Cibersociedade – Quem é você no mundo on-line?* São Paulo: Senac, Coleção Ponto Futuro, 2004.

SCHIMIDT, Cristina (org.). *Folkcomunicação na Arena Global*. São Paulo: Ductor, 2006.

TARSITANO, Paulo Rogério. *Luiz Beltrão: Vida e Obra*. In: *Comunicação & Sociedade*, nº 25, jun/dez. São Bernardo do Campo: Umesp/Metodista, 2006.

Notas

¹ Luiz Beltrão foi o criador do Instituto de Ciências da Informação – INCINFORM – que tinha o objetivo de pesquisar a comunicação no Brasil. Por meio desse Instituto, foi lançada a Revista Comunicação e Problemas, a primeira revista científica da área de comunicação e que divulgava as pesquisas realizadas pelo INCINFORM, bem como outros artigos. Seu primeiro exemplar circulou no ano de 1965.

² Os ex-votos podem ser encontrados nas salas de milagres espalhadas pelas igrejas do país como, por exemplo, no Santuário de Nossa Senhora Aparecida, situado no interior do Estado de São Paulo.

³ O Exército Brasileiro mantém forças de paz em solo haitiano desde 2004, compondo o contingente da Missão de Paz da Organização das Nações Unidas no Haiti.

⁴ Beltrão utiliza os conceitos de Edson Carneiro sobre a “dinâmica do folclore” para explicar a atualização e ressignificação das manifestações populares, considerando-as manifestações não estáticas, que vão se transformando ao longo do tempo.