

Folkcomunicação, narrativa transmídia e a voz dos marginalizados na cultura da convergência

Folkcommunication, transmedia narrative and the voice of the marginalized in the culture of convergence

Olira Saraiva Rodrigues¹
Letícia Arantes Jury²

Resumo

O presente estudo busca compreender como as manifestações culturais dos grupos marginalizados têm se alterado com a expansão da cultura da convergência, participativa e coletiva.

Folkcomunicação refere-se às formas de manifestações daqueles que sem acesso aos meios de massa - seja como comunicadores, seja como receptores - encontram meios alternativos para manifestar opiniões e expressões. Partindo de uma revisão bibliográfica, a escrita pretende responder aos seguintes questionamentos: Como a convergência em fluxos, conteúdos, comportamentos e diferentes experiências se entrelaçam em meios digitais e proporcionam integração de linguagens e manifestações culturais daqueles até então deprovidos de visibilidade pelos meios de comunicação tradicionais? Quais os fenômenos que podem ser observados e quais as perspectivas de narrativas transmídias têm impactado no fortalecimento da cultura marginalizada?

Palavras-chave: Folkcomunicação, Cultura da Convergência, Narrativa Transmídia, Comunicação dos marginalizados.

Abstract

The present study seeks to understand how cultural manifestations of marginalized groups have changed with the expansion of the culture of convergence, participatory and collective. Folk communication refers to forms of manifestation of those who, without access to mass media - whether as communicators or receivers - find alternative ways of expressing opinions and expressions. Starting from a bibliographical review, the writing aims to answer the following questions: How convergence in flows, contents, behaviors and different experiences are intertwined in digital media and provide integration of languages and cultural manifestations of those until then devoid of visibility by traditional means of communication? What phenomena can be observed and what are the perspectives of transmedia narratives that have impacted on strengthening the marginalized culture?

Keywords: Folkcommunication, Convergence Culture, Transmedia Narrative, Communication of the marginalized.

¹ Pós-doutoranda em Estudos Culturais pelo Programa Avançado de Cultura Contemporânea (UFRJ). Doutorado em Arte e Cultura Visual (UFG). Mestrado em Educação (PUC-GOÍÁS). Graduação em Letras (UEG). Professora na Universidade Estadual de Goiás e Coordenadora de Português para Estrangeiros do Programa Idiomas sem Fronteiras da Assessoria de Relações Externas da UEG. olirarodrigues@gmail.com.

² Mestre em Comunicação, Cultura e Cidadania pela Universidade Federal de Goiás. Jornalista. Especialização em Assessoria de Comunicação e Marketing (UFG), Especialização em Novas Tecnologias Aplicadas à Educação (Cândido Mendes). Professora no curso de Jornalismo da Faculdade Metropolitana de Anápolis (FAMA).

Introdução

Folkcomunicação foi um termo cunhado por Beltrão (1980), na década de 60, e que se tornou um campo de pesquisa, em que o autor observou que excluídos do sistema de comunicação social, e não podendo, pela própria condição humana, dispensar o intercâmbio de mensagens culturais, integrariam sem dúvida um outro complexo de procedimentos, modalidades, meios e agentes elaboradores e emissores de mensagens, ao nível de sua vivência, experiência e necessidades, na expressão de sua ideologia, aspirações e opiniões. Seria por meio desse outro sistema que as camadas sociais, identificadas como carentes, intercambiaram elementos de informação, educação, incentivo à melhoria material e espiritual de sua vida, de entretenimento e sonho adequado às condições socioeconômicas de seu dia a dia.

Neste sentido, a Folkcomunicação é, por natureza e estrutura, um processo artesanal e horizontal, semelhante em essência aos tipos de comunicação interpessoal já que suas mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência, por sua vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador. Cada ambiente gera seu próprio vocabulário e sua própria sintaxe, e cada agente-comunicador emprega o canal que tem à mão.

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 as palavras, signos gráficos, gestos, atitudes, linhas e formas mantêm relações muito tênues com o idioma, a escrita, a dança, os rituais, as artes plásticas, o trabalho e o lazer, com a conduta, enfim, das classes integradas da sociedade. (BELTRÃO, 1980, p. 40).

Mas quem são os grupos marginalizados citados por Beltrão? Sodrê (2005) fala sobre a voz e a ação das minorias, a possibilidade de terem voz ativa ou intervirem nas instâncias decisórias de Poder, como aqueles setores sociais ou frações de classes comprometidas com as diversas modalidades de luta assumidas pela questão social. "O que move uma minoria é o impulso de transformação" (SODRÊ, 2005, p. 12).

Segundo o autor, a minoria possui estratégias de discurso e de ações demonstrativas como passeatas, gestos simbólicos, manifestos, revistas, jornais, programas de televisão, campanhas pela internet como recursos de luta. "A minoria é uma recusa de consentimento, é uma voz de dissenso em busca de uma abertura contra-hegemônica no círculo fechado das determinações societárias" (SODRÊ, 2005, p. 14).

Barbalho (2005) contextualiza que foi a partir dos anos de 1950, e de modo crescente, que novos movimentos sociais ocupam espaços importantes e colocam outras questões, ao lado das reivindicações político-econômicas. São as minorias sexuais, religiosas, étnicas, que passam a exigir direitos como seguro desemprego, assistência social, serviços públicos e reconhecimento de suas diferenças, singularidades e identidades.

Ao lado dos espaços como os sindicatos, as associações, as Organizações Não Governamentais - ONGs e de ações como greves, passeatas, manifestações, nos tempos atuais, já não é possível descartar o espaço da mídia eletrônica e sua telepresença no fazer político.

Nos dias de hoje, contudo, o campo da comunicação, e especificamente a midiática (ou seja, mediada por um aparato técnico-social), não só alcançou sua autonomia como passou a mediar todos os outros campos sociais. Nessa Idade Mídia, a comunicação deixa de ser mero instrumento

da política e impõe sua própria gramática com a qual os políticos têm que negociar. Não é de estranhar, portanto, que um dos pré-requisitos para que as discussões a favor do reconhecimento encontrem ressonância é, sem dúvidas, a sua presença nas estruturas de comunicação (BARBALHO, 2005, p. 35).

Na avaliação do autor, para os grupos minoritários, a mídia desempenha um papel que vai além de ser um espaço (mesmo que o principal) onde se trava a luta política, ou que implique novos formatos, como o da espetacularização. A mídia é o lugar por excelência da luta minoritária. Portanto a cidadania, para as minorias, começa, antes de tudo, com o acesso democrático aos meios de comunicação.

Para Melo (2008), com a globalização da comunicação, observou-se o rompimento do isolamento social dos grupos marginalizados e costumes, tradições, gestos e comportamentos, que passam a circular amplamente na aldeia global. Nesse sentido, a globalização permite vislumbrar o cenário de um mundo polifacético e multicultural.

No limiar do século XXI vivemos um período marcado pelo reflorescimento das culturas locais e regionais. Este episódio particular da resistência à globalização unipolar é reflexo da luta das culturas periféricas no sentido de ocupar espaços apropriados no mosaico multicultural propiciado pelas novas tecnologias de difusão simbólica (MELO, 2008, p. 70).

Diante do exposto é que observamos a atualidade dos estudos de Folkcomunicação e buscamos responder como a convergência em fluxos, conteúdos, comportamentos e diferentes experiências se entrelaçam em meios digitais e proporcionam integração de linguagens e manifestações culturais daqueles que até então estavam deprovidos de visibilidade pelos meios de comunicação tradicionais.

Metodologicamente, a pesquisa, quanto à sua finalidade é básica pura, com o intuito de aprofundar o conhecimento a respeito da Folkcomunicação, narrativas transmídias, culturas da conexão e da convergência, a partir de um levantamento teórico. Quanto aos objetivos, tem-se uma pesquisa descritiva, na exposição e interpretação de fatos e fenômenos propostos para o estudo.

Quanto à abordagem, há uma pesquisa qualitativa e o método é indutivo, partindo da análise de postagens da Agência Notícias das Favelas – ANF no Instagram à utilização dos meios alternativos como formas de expressão, diante da ruptura de modelos hegemônicos. A investigação parte da pesquisa bibliográfica, desvendando conceitos e características de manifestações afirmativas em redes sociais, além da pesquisa documental, pelas imagens selecionadas das postagens da ANF na rede social Instagram.

Cultura participativa

Jenkins (2009) nos apresenta a expressão cultura participativa e contextualiza que ela contrasta com as noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Não é possível falar mais em produtores e consumidores e sim em participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras. “Estamos aprendendo a usar este poder em nossas interações diárias dentro da cultura da convergência” (JENKINS, 2009, p. 30).

Para o autor, a convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica, ao alterar a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. Ela altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento.

A convergência também ocorre quando as pessoas assumem o controle das mídias. Entretenimento não é a única coisa que flui pelas múltiplas plataformas de mídia. Nossa vida, nossos relacionamentos, memórias, fantasias e desejos também fluem pelos canais de mídia. (JENKINS, 2009, p. 45).

A convergência exige que as empresas de mídia repensem antigas suposições sobre o que significa consumir mídias, suposições que moldam tanto decisões de programação quanto de marketing, pois os atuais consumidores não são mais passivos, não estão isolados, mas sim conectados socialmente. “Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos” (JENKINS, 2009, p. 47).

Mas como a Folkcomunicação, a voz das minorias e dos grupos marginalizados, opera nesta cultura da convergência? Jenkins (2009) nos diz que a convergência representa uma mudança de paradigma, um deslocamento de conteúdos de mídia específico em direção a um conteúdo que flui por vários canais, a uma elevada interdependência de sistemas de comunicação, a múltiplos modos de acessos a conteúdos de mídia e a relações cada vez mais complexas entre a mídia corporativa, de cima para baixo, e a cultura participativa, de baixo para cima.

É o que Santaella (2004) define como interatividade. E se apropria das palavras: ação, agenciamento, correlação, cooperação, contribuição, sinergia, simbiose, para explicitá-la. “Na conversação, no diálogo, encontra sua forma privilegiada de manifestação” (SANTAELLA, 2004, p. 154).

A comunicação interativa, expõe Santaella (2004), pressupõe que haja necessariamente intercâmbio e mútua influência do emissor e receptor na produção das mensagens transmitidas, trocando continuamente de papéis. Nesse novo contexto, o emissor não emite mais mensagens e sim constrói um sistema com rotas de navegação e conexões. O receptor transforma-se em usuário e organiza sua navegação como quiser em um campo de possibilidades.

Orozco Gómez (2014) fala sobre “condição comunicacional”, em que os participantes dos processos comunicativos não somente reinterpretem, como ressignificam e desconstruem simbolicamente os objetos e referentes de seu intercâmbio comunicacional, possibilitando transformação, criação e participação real possível e desejável dos sujeitos-audiência, a partir de suas interações com as telas.

Na avaliação do autor, é talvez uma das transformações sociais mais significativas hoje em dia, e, à medida que se concretiza, será também cada vez mais o epicentro de outras mudanças, como na própria produção informativa e cultural, no que seria propriamente uma cultura da participação.

Especificamente, a mudança de papel ou de **status** das audiências, que já se percebe entre setores sociais tecnologicamente avançados, manifesta-se em um trânsito, por enquanto e, talvez, em seguida, em uma mutação, de audiências para usuários, participantes, prossumidores (produtores e consumidores), visto que a interatividade que as novas telas permitem transcendem a mera interação simbólica com elas. (OROZCO GÓMEZ, 2014, p. 31).

A relação com a Folkcomunicação se dá na medida em que Orozco Gómez (2014) expõe que os meios de comunicação e as tecnologias da informação contemporâneas não estão flutuando, mas ancorados nos sistemas sociais, culturais e políticos de maneiras específicas. Aspectos como nível educacional, maturidade emocional, desenvolvimento cognitivo, vivências particulares, sensibilidades, exercem mediações variantes. “Como sociedades e como indivíduos, estamos em um cenário comunicativo múltiplo e permanente. Somos sociedades da comunicação, para onde convergem várias dimensões” (OROZCO GÓMEZ, 2014, p. 55).

A favela tem voz na rede

Para explicitar o exposto acima, apresentamos um exemplo que demonstra a utilização das novas mídias como espaços de expressão. Fundada em 2001, pelo jornalista André Fernandes, a Agência Notícias das Favelas - ANF foi reconhecida pela Reuters como a primeira agência de notícias de favelas do mundo. Em 2005, a ANF foi instituída como Organização Não Governamental - ONG para levar adiante a luta pela democratização da informação da favela para o mundo, tendo como protagonistas seus próprios moradores.

Para Martín-Barbero (1995), o receptor não é mais a tábua-rasa, um recipiente vazio para depositar os conhecimentos produzidos em outro local. Ele fala sobre multiplicidade de temporalidades, de histórias, com seus próprios ritmos e lógicas.

É indubitável que a nova tecnologia já não é mais uma acumulação de apartatos, é um novo organizador perceptivo, um reorganizador da experiência social, no sentido forte da experiência, no sentido da sensibilidade, do **sensorium** a que se referia Walter Benjamin – esse sensorium das pessoas, não só das que têm computador, que têm cartão de crédito para por na máquina, mas de todas as pessoas. A experiência e as relações sociais estão sendo transformadas por estas novas fragmentações, de idade, de sexo, que são cada vez mais trabalhadas em direções surpreendentes para nós. (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 47).

No Instagram da ANF, é possível observar as estratégias de participação social, de protagonismo dos moradores enquanto agentes de comunicação e de enfrentamento de preconceitos a exemplo da fotografia abaixo. É comum a grande mídia representar jovens encapuzados com armas na mão. Na rede social, ao invés de armas há instrumentos musicais e a legenda: a foto fala por si.



Figura 1: Jovens encapuzados com instrumentos musicais

Fonte: ANF

Em outras postagens, há a imagem das casas e a referência à beleza da comunidade retratada. Na figura 2, a legenda aborda as cores, fazendo referência à pluralidade e à alegria.



Figura 2: Favelas e sua pluralidade de cores

Fonte: ANF

A figura 3 traz uma mensagem mais explícita de resistência e identidade, como se observa na legenda:




Figura 3: Mensagem de resistência e identidade

Fonte: ANF

Melo (2008) nos indica um roteiro, para que possamos analisar o processo de Folkcomunicação, que na proposta deste artigo é analisar como ela se opera em uma rede social – Instagram – de um movimento de luta por respeito, valorização e direitos. Por meio do quadro abaixo, é possível observar a breve compilação feita.

Roteiro investigativo	Análise
O que existe na memória coletiva dos criadores da página e daqueles que seguem?	Que a página do Instagram é o espaço legítimo de fortalecimento da identidade; de expressão das manifestações culturais; de mostrar a visão dos moradores e não da grande mídia, que não vivencia o cotidiano, apenas quando ocorre algo negativo e a equipe de reportagem vai até o local, muitas vezes imbuídos de preconceitos; de luta, resistência, visibilidade de uma minoria representativa que exige respeito, políticas públicas, direitos.

<p>Trata-se de registrar o passado e o presente?</p>	<p>O passado e o presente são fundamentais na formação da identidade e no fortalecimento da tradição. Por isto, o instagram da ANF trabalha a contemporaneidade, mas ao mesmo tempos as lutas sociais ao longo dos anos. Além de ajudar na democratização da comunicação nas favelas, a organização desenvolve diversos projetos nas áreas de cultura, cidadania, prestação de serviços e educação.</p>
<p>Como se organiza? Quais os canais de expressão? Quais audiências se destinam?</p>	<p>Agência de Notícias das Favelas dispõe de um site, mídias sociais e do jornal “A Voz da Favela”, maior impresso das favelas do país, com uma tiragem de 50 mil exemplares mensais, circulando também nas regiões do Rio de Janeiro, da Baixada Fluminense e Niterói. O jornal é escrito por moradores e ativistas das favelas de forma colaborativa. Além disso, o jornal garante renda para dezenas de pessoas. Sua distribuição conta com uma metodologia inovadora, onde o jornal é repassado para seus distribuidores sem nenhum custo e todo o recurso arrecadado fica integralmente para o distribuidor. Vale destacar que o jornal “A Voz da Favela” não tem preço e sim um valor: uma contribuição voluntária do leitor. A ANF é também a única organização da mídia independente no país que tem um Manual de Redação e Estilo, distribuído exclusivamente entre os seus mais de 400 colaboradores – em sua maioria, moradores de favelas do Rio de Janeiro e de outros estados. Quem quiser contribuir com textos e informações relevantes, precisa apenas entrar no site (www.anf.org.br) e solicitar participação. (ANF, 2019, sp).</p>
<p>Que efeitos produzem? Quais os significados as mensagens possuem?</p>	<p>Mensagens afirmativas e que buscam mudar uma situação de discriminação e preconceito. A exemplo da postagem abaixo, em que a mensagem busca transmitir uma informação – “Você sabia” – e incentivar uma manifestação cultural, que se desenvolve dentro da favela e é acessível a todos. A arte, a cultura, o cinema está dentro da comunidade e as crianças podem ter acesso.</p>

	 <p>28 curtidas</p> <p>agenciadenoticiasdasfavelas Você sabia que na favela da Nova Brasília (Complexo do Alemão) especificamente na Praça do Terço ou Praça do Conhecimento funciona um cinema? Isso mesmo, um cinema com os filmes que estão em cartazes no momento, com alta qualidade, ar condicionado e pipoca. Aproveita que a criançada está de férias e leve para o cinema. Favela é diversão e Lazer!</p>
<p>Que vínculo se estabelece com a mídia tradicional? Ela se apropria das mensagens?</p>	<p>A postagem acima faz referência a um cinema instalado no complexo do Alemão, que é retratado pela grande mídia como um espaço caracterizado pela violência. Embora seja necessária uma pesquisa mais detalhada, observa-se que o fator positivo do local não é divulgado pela imprensa. Os veículos de comunicação optam pelo factual, os embates entre polícia e traficantes.</p>



Quadro 1: Análise do processo de Folkcomunicação por roteiro investigativo

Considerações

Ao estudar a atualidade dos estudos de Folkcomunicação em um contexto de cultura da convergência e narrativa transmídia, é possível depreender que há inúmeras manifestações afirmativas nas redes sociais, o que têm contribuído para a democratização da comunicação e participação efetiva das audiências na produção de conteúdo, mesmo entendendo que as grandes corporações de mídia também se apropriaram da tecnologia e continuam tendo seu espaço ideológico fortalecido.

Martín-Barbero (1995) nos convida a repensar os estudos e as pesquisas em comunicação, nos fala sobre rupturas de modelos hegemônicos e da importante análise sobre recepção e mediação. Para o autor, os valores têm sofrido mudanças, sendo refragmentados e rearticulados, há um acúmulo de demandas sociais de comunicação e de cultura que se expressam nos modos de ver, de ler e de escutar.

Confirmamos em Martín-Barbero (1995) que a recepção é um espaço de interação, de negociação de sentidos, o que se fortalece com a possibilidade de expressão por meio das novas mídias em que as lutas afirmativas, sejam em quais contextos, possam circular e criar sentidos.

Folkcomunicação, narrativas transmídias, culturas da conexão e da convergência, estudos contemporâneos, tradição, cultura e identidade se entrelaçam no momento atual e instiga, a nós pesquisadores, a busca de novas descobertas para entender a utilização dos meios alternativos como formas de expressão.

Referências

BARBALHO, Alexandre. Cidadania, minorias e mídia: ou algumas questões postas ao liberalismo. In: **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005. pp. 27-40.

BELTRÃO, Luiz. O sistema da Folkcomunicação. In: **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980. pp. 27-40.

JENKINS, Henry. Venere no altar da convergência: um novo paradigma para entender a transformação midiática. In: **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009. pp. 27-53.

MARTIN-BARBERO. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: **Sujeito o lado oculto do receptor**. Org. Mauro Wilton de Souza. São Paulo: Escola de Comunicação e Artes USP, Brasiliense, 1995. pp. 39-70.

MELO, José Marques de. Testando Metodologias. In: **Mídia e cultura popular**: história, toxinomia e metodologia da Folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008. pp. 69-88.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. Meu itinerário pela comunicação e pela educação. In: **Educação**: recepção midiática, aprendizagem e cidadania. São Paulo: Paulinas, 2014. pp. 13-34.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. A pesquisa em torno das velhas e novas audiências. In: **Educação**: recepção midiática, aprendizagem e cidadania. São Paulo: Paulinas, 2014. pp. 53-74.

SANTAELLA, Lúcia. A interatividade no Ciberespaço. In: **Navegar no ciberespaço**: o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004. pp. 151-172.

SODRÉ, Muniz. Por um conceito de minoria. In: **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005. pp. 11-14.