

## ECOS DA REBELDIA BELTRANIANA: VELHAS E NOVAS EXPRESSÕES DA CULTURA POPULAR DEMANDAM PESQUISAS DE FOLKCOMUNICAÇÃO

José Marques de Melo<sup>1</sup>

### Preâmbulo

O entendimento das manifestações da cultura popular como processos comunicacionais pressupõe a elucidação da natureza taxonômica e do universo semântico que definem identidades e fronteiras entre o Folclore e a Folkcomunicação.

Desde sua fundação, em 1998, a Rede Brasileira de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação vem promovendo estudos e fomentando debates sobre tais questões. Suas conferências anuais alternam ou mesclam temas holísticos – histórico-conceituais – e segmentados – geo-morfológicos ou sócio-autorais.

Assim sendo, o artesanato constituiu o referente norteador da conferência de Juiz de Fora (2011), motivando as anotações contidas no texto que serviu de roteiro para a conferência inaugural do evento, posteriormente revisado para incluir indicadores contidos nos trabalhos apresentados pelos seus participantes.

### Folclore e comunicação

A identidade do Folclore, enquanto fenômeno cultural e como processo comunicacional, fundamenta-se em três elementos básicos: tradição, anonimato e continuidade. Consiste, portanto, numa modalidade de sobrevivência simbólica legitimada e cultivada ininterruptamente pela sociedade.

Sua permanência na vida social requer a transmissão desse patrimônio coletivo de uma geração a outra, o que só pode ser compreendido pelo reconhecimento do papel crucial desempenhado pela comunicação em seu referencial fenomenológico.

Tanto é assim que, revisando a literatura contemporânea, Elliott Oring define o folclore como fenômeno resultante da vivência cotidiana de seres humanos, que se expressa primariamente através dos “canais de comunicação informal”, usualmente empregados pelo “povo”, entendido como “gente simples” (*ordinary people*). Não se confunde,

portanto, com as formas de expressão usuais nas relações humanas “institucionalizadas” pela escola, igreja e outras organizações comunitárias. (Oring, 1992, p. 16)

Todavia, essa compartimentalização da sociedade vem se alterando gradativamente, como consequência da revolução tecnológica que encurtou o espaço e acelerou o tempo. A vida cotidiana primitivamente estabelecia fronteiras entre as formas primárias e secundárias de comunicação, isolando comunidades, separando classes sociais e distanciando povos e culturas. Pouco a pouco as conversações familiares foram sendo contaminadas pelo conteúdo dos meios de comunicação de massa. Na seqüência, o fenômeno comunicacional massificou-se, sem que os analistas sociais se dessem conta da mudança acelerada que afetou profundamente as relações culturais na sociedade pós-moderna. Esse torvelinho produziu uma cultura massiva e gerou uma espécie de folclore midiático.

No âmbito acadêmico quem ampliou significativamente o papel da comunicação no domínio do folclore foi o canadense Marshall McLuhan, ao publicar seu livro de estréia, *The Mechanical Bride* (Boston, 1951), dedicado a estudar o folclore do “homem industrial”. Sua análise demonstra que o “segredo” da indústria cultural norte-americana e do seu êxito nacional reside na apropriação das “tradições populares” que forjaram o “homem industrial”, mesclando o “arsenal simbólico das comunidades edificadas pelos antigos colonizadores ingleses” ao “legado cultural introduzido pelos contingentes de imigrantes”. (Marques de Melo, 2008, p. 45)

Enquanto isso, o entendimento histórico do folclore, na sociedade brasileira, elide a questão da comunicabilidade dessa cultura tradicional, anônima e permanente, reduzindo-a à “oralidade”, como o fizeram os pioneiros Silvio Romero ou José Veríssimo, ou então, a convertem em variável exógena, como consta da “Carta do Folclore Brasileiro” (1951), onde figura como componente do item “difusão”, desempenhando função mecânicamente reprodutiva. (Tavares de Lima, 1972, p. 14)

Trilhando aquele caminho aberto por Marshall McLuhan, mas estribando-se na literatura nacionalista, Luiz Beltrão introduz novas perspectivas à compreensão das manifestações da cultura popular, identificando potencialidades comunicacionais em objetos folclóricos, como o “ex-voto”, e mais adiante reconhecendo a interação entre

mídia e folclore, atribuindo a este último a função decodificadora de sentidos que as mensagens midiáticas ocultam ou tornam nebulosas.

Desta maneira, coube ao pioneiro do nosso campo comunicacional instaurar um debate curioso entre folcloristas e comunicadores que permanece inconcluso quarenta anos depois da publicação do livro *Comunicação e Folclore* (São Paulo, Melhoramentos, 1971).

Argumentando que os agentes do folclore atuam como intermediários, nos processos de comunicação social, entre os grupos marginalizados da sociedade contemporânea e as lideranças comunitárias, Beltrão evidencia como decodificar em linguagem popular conteúdos incompreensíveis por cidadãos iletrados ou ignorantes que habitam as periferias metropolitanas ou as vilas situadas nas adjacências das zonas agroindustriais.

Desta maneira, Luiz Beltrão introduz a questão da coexistência entre os meios de comunicação de massa e os canais de difusão da cultura popular, de natureza interpessoal ou grupal. Sua hipótese sinaliza em direção à complementaridade entre eles, esboçando a teoria da folkcomunicação para analisar os atos folclóricos que reinterpretam mensagens de interesse popular difundidos pela mídia massiva.

Desde sua constituição como campo de estudos, no século XIX, o folclore vinha sendo caracterizado como fenômeno social cuja dinâmica repousa no fator comunicação, entre outros fatores estruturais. Entretanto, a compreensão dominante concebia a oralidade como seu requisito exclusivo.

O passo adiante, ousado pela nova geração de estudiosos da área, abriu perspectivas para revisar o conceito de folclore, admitindo, no final do século XX, o modelo que inclui tanto os elementos da tradição oral, ancorados na ancestralidade, configurando a *folk society*, como aqueles laicos, enraizados na *modern society*, eventualmente dependentes das fontes escritas ou impressas. (Oring, 1992, p. 11)

### **Conceitos e preconceitos**

Compreensão abrangente do problema sempre teve Luis da Câmara Cascudo, por isso mesmo reconhecido como patrono do Folclore no Brasil e principal animador da Folkcomunicação. Trata-se de entendimento universal do fenômeno, não circunscrito ao tempo, ao espaço e às conjunturas.

Proclamando que o “folclore é uma cultura mantida pela mentalidade do homem e não determinado pelo material manejado”, ele argumenta historicamente:

“Houve um folclore em Babilônia e Nínive. O homem de Nínive e de Babilônia diluiu-se noutras raças e com ele o seu *lore*. O Padre Manuel da Nóbrega, em 1549, informava que o indígena na Bahia só saía à noite com um tição aceso na mão. Era uma defesa contra os fantasmas agressivos. No sertão do Rio Grande do Norte, em 1910, com 12 anos de idade, via meus primos obedecerem ao mesmo rito. Em 1963, viajando pela Zambézia, encontrava os negros agitando tições flamejantes. Os hindus contemporâneos empregam a mesma técnica. Os homens da Babilônia e de Nínive, há milênios, faziam exatamente a mesma coisa, afastando os entes maléficos que vivem nas trevas.” (Câmara Cascudo, 1972, p. 12)

### **Seu arremate didático é mais convincente:**

“Viajando num avião de jato, para a Europa, ia notando que muitas senhoras usavam, como jóias caras, ornamentos em ouro que eram sobrevivências dos que foram deparados nos túmulos paleolíticos do Cro-Magnon. Os museus guardam os originais daquelas cópias artísticas que pendem dos bustos elegantes, numa continuidade inapelável de 250 séculos”. (...) “O folclore, sendo uma cultura do povo, é uma cultura viva, útil, diária, natural. As raízes imóveis do passado podem ser evocadas como indagações da antiguidade. O folclore é o uso, o emprego imediato, o comum, embora antiqüíssimo.” (Câmara Cascudo, 1972, p. 123)

Dentro desse espírito compreensivo, ele inclui o artesanato no universo do folclore brasileiro.

“A cultura popular compreende o artesanato, as indústrias caseiras, tudo quanto acompanhar a tradição manufatureira, mesmo com modificações que não mutem *la*

*santa continuidad*, como dizia Eugenio D'Ors....(...) O folclore é o popular, mas nem todo o popular é folclore” (Câmara Cascudo, 1972, p. 13)

No entanto, sua percepção atualizada, lúcida e abrangente do fenômeno não motivou setores da vanguarda dos estudos folclóricos. Aliás, essa comunidade foi muito ativa, nas décadas de 40-50 e 60, fragmentou-se desordenadamente, estando hoje em franco declínio e desagregação. Esse processo, cujas raízes, fincadas no século XIX, foram dimensionadas criticamente por Renato Ortiz (1992), encontra-se bastante documentado, no século XX, por Luis Rodolfo Vilhena (1997).

Estigmatizada pelo “espírito de antiquário”, a meta dos “folcloristas” era a de buscar no “povo” aquelas “raízes autênticas e genuínas” capazes de definir a matriz “nacional” da cultura brasileira, que os “românticos” do século XIX, guiados pelo “espírito nacionalista”, haviam identificado no “indigenismo”. (Vilhena, 1997, p. 15)

Essa “visão idealizada”, dando ênfase aos aspectos “autênticos” e às raízes “comunitárias”, conduziu os “folcloristas” a se preocuparem mais com a “instrumentalização” da cultura popular do que com a sua fenomenologia. Isso explica, segundo Vilhena (1997, p. 10) a “perda de legitimidade” do Folclore no âmbito das ciências sociais.

Fator importante para esclarecer tal impasse é a minimização ou desqualificação da natureza comunicacional do processo folclórico, como ocorreu com a recepção silenciosa ou desconfiada dos “folcloristas” às idéias heterodoxas de Luiz Beltrão.

Segundo a socióloga Maria Isaura Pereira de Queiroz (1969, p. 894) essa incompreensão dos pesquisadores do folclore em relação ao conceito de “tradição”, decorre dos ruídos ocasionados pela incompreensão do fator “transmissão”. Para atingir o âmago do processo é indispensável que a “tradição” tenha sido “transmitida informalmente de uma geração para outra”.

Em face disso, mas sensibilizado pelas teses iconoclastas de McLuhan, o antropólogo Vicente Salles (1969, p. 886) recomenda atenção aos “progressos tecnológicos industriais”, englobando no “campo da cultura popular, inclusive rádio, anúncios de

televisão, esportes, programas cômicos e anúncios do jornal, como se tais coisas representassem a mais importante arte contemporânea”, na linha de que o verdadeiro “meio de comunicação é a mensagem”.

Sem perder de vista a onda da “globalização”, o sociólogo Manuel Diégues Junior (1969, p. 910) advoga que o estudo do folclore urbano-industrial, no Brasil, seja “regionalizado”, não esquecendo de incluir, no seu repertório metodológico, a “influência exercida” pelo rádio e pela televisão, conduzindo a um “processo de rápidas mudanças (...) nas tradições folclóricas”.

Nesse sentido é que o artesanato figura em nossa literatura comunicacional, espelhando o empirismo cultivado por Mário de Andrade, cuja coleção de peças folclóricas integrou o acervo do Museu constituído pela Comissão do IV Centenário de São Paulo, que, durante muito tempo, permaneceu aberto à visitação pública no Parque do Ibirapuera de São Paulo. (Tavares de Lima, 1972, p. 96)

Havia, ali, um seletivo repertório do artesanato brasileiro, distribuído pela fisionomia multidimensional das peças recolhidas pelos pesquisadores encarregados de organizar as seções de natureza instrumental - “técnica popular” e “brinquedos populares” - ou funcional - “arte”, “ciência”, “religião”, “música” e “dança”.

### **Natureza e função de artesanato**

Antes de explorar a natureza comunicacional do artesanato, vale a pena rever seu conceito na literatura brasileira das ciências humanas.

O senso comum consagra a polissemia do termo, apontando quatro significações cruzadas. Aurélio (1999, p. 205) registra inicialmente sua dimensão processual: técnica e arte, bem como sua identidade funcional: categoria ou profissão; anotando, finalmente, o sentido operacional: produto manufaturado; e a localização espacial: lugar onde foi produzido.

Por sua vez, os repertórios especializados são mais estritos semanticamente.

Cunha (2003, p. 74), por exemplo, separa o “joio do trigo”, no campo estético, privilegiando o *modus faciendi* – “produção manual e específica de objetos utilitários ou simbólicos” – ou tipificando os produtos resultantes de tal operação laboral – cerâmica, tecelagem, tapeçaria e ourivesaria. Mas não deixa de considerar implicitamente suas marcas identitárias: ancestralidade, anonimato, popularidade. Corresponde a “manufatura criada por operários anônimos, na qual se aplicam técnicas ancestrais, transmitidas por famílias ou grupos comunitários, e cujo consumo ocorre, majoritariamente, nos grupos populares”.

Larousse (1988, p. 61) flagra o sentido cultural, situando-o no âmbito “folclórico” e caracterizando-o como trabalho fisicamente “manual”, funcionalmente “utilitário”, ecologicamente “localizado”, produzindo peças originais ou recicladas.

Trata-se, portanto, de manufatura, combinando arte, técnica e habilidade manual. “As mãos são o verdadeiro instrumento de trabalho do artesão, com frequência auxiliadas por máquinas e ferramentas, elas próprias de produção artesanal”.

Constituem “exemplos de artesanato com função lúdica”: “as peças em cerâmica de Caruaru (PE)”, cuja produção ocupa hoje “centenas de famílias de artesãos”, sendo pintadas com “tintas industriais”, reproduzindo “tipos populares”.

Objeto pouco explorado na literatura brasileira, o artesanato figura residualmente na obra dos Folcloristas, como revisaremos a seguir nos estudos de Edison Carneiro, Alceu Maynard de Araújo, Renato Almeida, Vicente Salles e Câmara Cascudo.

Na classificação decimal do folclore brasileiro proposta por Edison Carneiro (1957, p. 129-138) pertence à categoria 5 – artes e técnicas -, que o autor considera “um dos capítulos mais pobres da bibliografia brasileira”.

Aparece ali de forma plural – artesanatos -, mas também de modo singular, tipificando o suporte – cerâmica -, a função – decoração – ou os objetos – ex-votos, vestimenta, adornos, brinquedos etc.

Esse raquitismo cognitivo transparece em obras panorâmicas como as de Alceu Maynard Araújo (1967, 1973). Classificados como “fatos da cultura material”, os

processos artesanais são enfocados descritivamente nos itens: rendas e rendeiras, labirinto, rede de dormir, cestaria, cerâmica e modelagem, xilogravura.

Renato Almeida (1965, p. 185-197) confere maior sistematização, em seu manual de coleta folclórica. Dedicando um capítulo especial às artes populares e aos artesanatos, focaliza a cerâmica, a fiação e tecelagem, cestaria, bem como os objetos produzidos em couro, pedra e penas.

Vicente Salles (1973, p. 173) define o “trabalho artesanal” como um processo caracterizado pela conjugação dos seguintes fatores: Manual: “tudo que é feito a mão pelo homem”; Rústico – empregando “técnicas elementares”; Ecológico – em sintonia com o meio ambiente, porque destinado ao consumo “doméstico” ou “regional”, refletindo os “estilos de vida” dos destinatários.

Coexistindo, paradoxalmente, com a “era industrial”, o artesanato ocupa braços ociosos não assimilados pelas fábricas, produzindo peças “utilitárias” e “ornamentais”, geralmente consumidas pelos usuários dos pacotes turísticos.

Como “sobrevivência cultural”, trata-se de fenômeno monitorado politicamente por organizações comunitárias, como as cooperativas – servindo os trabalhadores - e por instituições públicas como os museus – preservando a memória social.

Apesar de não incluir o artesanato no *Dicionário do Folclore Brasileiro* (Rio de Janeiro, INL, 1962), também Câmara Cascudo (1967) valorizou esse fenômeno, situando-o no campo “ergológico” e anotando que “o povo conserva o seu patrimônio tradicional (...) nos formatos antiquados que muito lentamente vão sendo mudados”. Sua tipologia inclui: móveis e utensílios, redes de dormir, aparelhagem de caça e pesca, cerâmica, cestaria, indumentária, culinária.

No conjunto da sua obra, o cientista potiguar dedica estudos etnográficos a algumas dessas formas de expressão popular: o traje do vaqueiro (1955), a rede de dormir (1959) e a culinária (1977).

### **Folkcomunicação e artesanato**

Quando Luiz Beltrão animou o ambiente cultural nordestino, no início dos anos 60, lançando sua hipótese da folkcomunicação, sua argumentação estava fundamentada num objeto do artesanato religioso, o ex-voto. Sugerindo sua função informativa, independente da motivação mística dos seus agentes, ele dava continuidade ao debate sobre a “dinâmica do folclore” lançada nacionalmente por Edison Carneiro (1959, 1965), no qual intervieram outros interlocutores emblemáticos como Florestan Fernandes (1978), Carlos Estevão Martins (1963), Ferreira Gullar (1965).

Desse debate, que Luiz Antonio Barreto (2005, p. 61) depois avaliaria como politicamente eivado de uma “esterilidade sem precedentes”, resultaram algumas ações afirmativas, como as que foram resgatadas por Edenio Valle & José Queiroz (1979) sobre a cultura do povo, por Manoel Berlinck (1984) sobre os centros populares de cultura, por Carlos Rodrigues Brandão (1985), a respeito dos movimentos de educação e cultura popular.

Inclui-se nesse contexto a antologia organizada por Marques de Melo (1971), sob o título *Folkcomunicação*, documentando as incursões que precederam Luiz Beltrão (1971) na demonstração da sua teoria da folkcomunicação: entre os autores selecionados estão Levi Strauss, Hernani Donato, Mauro Mota, Roberto Pontual, Ariano Suassuna e Clarival do Prado Valadares. Em síntese, a intenção era justificar a oportunidade do “campo de estudos” aberto pelo mestre pernambucano, então radicado em Brasília, focalizando o estudo das “formas de comunicação intra-grupal e interpessoal dominantes nas regiões (...) onde o desenvolvimento ainda não penetrou, e onde também não penetraram o rádio, a TV, o jornal, o cinema”. (Marques de Melo, 1971, p. 6).

Configura-se aí a inclusão do artesanato no campo dos estudos folkcomunicacionais, respaldado pelos textos de Roberto Pontual sobre a xilogravura popular e de Clarivaldo do Prado Valadares sobre objetos artesanais que as elites julgavam “pseudo-artísticos”. Nem por isso, Luiz Beltrão se esquivou de estudá-los, ainda que de modo referencial, na tese de doutorado defendida em 1967 na Universidade de Brasília, parcialmente convertida em livro – *Comunicação e Folclore* (1971) – cuja versão integral só viria a circular no livro *Folkcomunicação* (2001).

Na verdade, os objetos artesanais perderam transparência no conjunto dos estudos folkcomunicacionais porque tem sido diagnosticados em função dos conteúdos imateriais (valores) que disseminam (religiosos, políticos ou artísticos), ficando à sombra os formatos que melhor os definiriam como artefatos manufaturados.

Uma exaustiva lista de tais objetos encontra-se indicada aos pesquisadores potenciais dos “sistemas de comunicação” (Marques de Melo, 1978, p. 211-239)

No entanto, sua abrangência foi caracterizada pelo próprio Luiz Beltrão (1980, p. 53), ao tratar dos mutirões constituídos pelos “grupos rurais marginalizados” que se reuniram em “núcleos mais ou menos homogêneos” para fortalecer os “trabalhadores do artesanato”:

- as rendeiras e fiandeiras do Ceará e de Alagoas
- os ceramistas de Caruaru (PE), de Maragogipe (BA), de São José (SC), do Vale do Paraíba do Sul (SP);
- os escultores de pedra-de-sabão nas cidades históricas de Minas Gerais;
- os joalheiros que lapidam ametistas, topázios e águas marinhas de Cristalina (GO), etc.

### **Folkcomunicação rebelde**

Em sua peroração, Beltrão concita os pesquisadores da área a resgatar as raízes medievais dessas ações contemporâneas.

“Os artesãos do campo, segundo as tradições dos seus ancestrais medievos, têm não as suas ruas, mas os seus bairros e arruados, em cujos limites encontram com mais facilidade a matéria-prima de que se valem, sob a orientação dos mais velhos e experimentados, para elaborar e veicular, nas peças que criam, utilitárias ou artísticas, as mensagens icônicas entranhadas em linhas e fios dos bordados e rendas, nas formas e figuras de barro, pedra, madeira ou metais, nos signos fulgurantes e multicoloridos das jóias e objetos de material semiprecioso que, nos colos, nos pulsos ou nas casas de famílias mais afortunadas *gritam*, silenciosa, despercebida, mas constantemente, o conteúdo filosófico e social do discurso do mundo rural distante”. (Beltrão, 1980, p. 53)

Da mesma forma, o criador da Folkcomunicação concita os jovens engajados nos projetos de iniciação científica a desvendar o universo simbólico contido nos grafitos pornográficos e político-filosóficos inscritos nos banheiros públicos ou nas paredes das praças, representando uma espécie de “feedback hipotético” de natureza “subversiva” daqueles contingentes excluídos de participar ativa e legalmente da vida nacional.

“Essa generalizada simplificação do sentido da mensagem em grafitos, simplificação que, de resto, ocorre com as demais manifestações do pensamento popular, é que nos leva a apreciá-los, em seguida, através de três das mais frequentes modalidades, fundamentadas nos locais-suportes que lhes servem de veículo:

- a) As inscrições nas vias públicas
- b) Os grafitos de sanitários
- c) As legendas de pára-choques e os desenhos de lameiros de caminhões. “

Ainda ecoa na lembrança dos seus discípulos a justificativa dessa atitude rebelde e contestatória.

“Como a praça celebrada pelo poeta, a parede é do povo. Tal como os muros e tapumes, enquanto protegem a intimidade dos que vivem e labutam nos espaços interiores limitados, permitem quase sempre a contra-gosto a utilização pública de suas superfícies externas, em mensagens inscritas que proclamam idéias, lavram protestos, exprimem anseios e sugerem soluções, zombam do sistema e dos seus mentores e administradores, desafiam, estimulam, excitam e incitam os transeuntes à ação. São o mural dos emissores livres e anônimos, sem acesso a outros meios gráficos mais sofisticados”. (Beltrão, 1980, p. 227)

### **Ecoss da rebeldia**

Os participantes da XIV Conferência Brasileira de Folkcomunicação, reunidos no espaço universitário de Juiz de Fora (MG), de 4 a 7 de maio de 2011, foram desafiados a dar continuidade aos anseios utópicos de Luiz Beltrão. Ampliando e ajustando o foco dos estudos folkcomunicacionais foi possível diagnosticar a natureza do artesanato

nacional, regional e local, vislumbrando nuances particulares dessa expressão da cultura popular.

Da mesma forma que Luiz Beltrão, em 1964, animou a comunidade de estudos comunicacionais que se instalava ousadamente em Juiz de Fora, seus sucessores na Rede Folkcom mobilizam, em 2011, todo os pares e discípulos para o exercício da rebeldia investigativa. Ao praticar a “imaginação folkcomunicacional” para explorar a agenda temática da atualidade, a nova geração segue o passo do fundador da disciplina. Ele temia seu congelamento dogmático e sua hipertrofia conservadora, evitando a miopia dos folcloristas tradicionais que transformaram a cultura popular em peça de museu, destituída do dinamismo que lhe é peculiar.

Examinando uma amostra intencional, selecionada pelo conteúdo e pela metodologia, daqueles trabalhos inscritos e debatidos na XIV Conferência, torna-se evidente a sintonia da vanguarda dos estudos folkcomunicacionais com os apelos beltranianos.

No patamar teórico, verifica-se que seus ecos repercutiram diretamente nas comunicações inscritas por Cristina Schmidt, Maria José Oliveira e Guilherme Fernandes. São peças representativas de três gerações da comunidade folkcomunicacional.

Schmidt, com a sua experiência de pesquisadora senior, argumenta que o artesanato constitui uma forma recorrente de “representação do cotidiano”, enfeixando “fragmentos” que remetem ao “passado” e ao “presente” para ensejar uma nova identidade “glocal”.

Nessa linha, também raciocina Maria José Oliveira, embora denotando o distanciamento típico da geração do meio. Ela procura graduar o foco identitário para demonstrar sua regionalidade explícita, justificando tratar-se de “expressão cultural” cuja “embalagem surge não apenas como invólucro, mas como um meio de desnudar peculiaridades regionais”.

Por sua vez, Guilherme Fernandes, conotando a ousadia reflexiva da nova geração, reflete sobre o conceito de “ativista midiático”, sustentado por Trigueiro, remetendo-o

às noções de “mediação social” (Martin Barbero) e de “hibridismo cultural” (Garcia Canclini) para concluir que elas não são discrepantes do conceito de “intermediação comunicacional” formulado pioneiramente por Luiz Beltrão.

Mas é no território empírico que existe uma expressiva sintonia entre a postura rebelde de Luiz Beltrão e a ousadia investigativa dos jovens pesquisadores. Vamos examinar três casos singulares.

Thifani Postali reconhece o potencial folkcomunicativo dos *blues* e do *hip hop*, expressões musicais *made in USA*, porém aculturadas em nossas periferias metropolitanas. Suas metas são elucidativas: ao “refletir” sobre os “bluesmen e rappers” como “líderes comunicadores”, ele pretende na verdade “pensar a música como meio de comunicação específico de grupo”.

Renan Simões aprofunda o conhecimento sobre as *tatuagens*, tipo de folkcomunicação icônica que galvaniza o interesse da juventude contestatária no espaço “transfronteiras”. Confirmando a tendência anotada por Marques de Melo (2008) em seu estudo sobre a folkcomunicação na internet, ele escutou “tatuadores e tatuados” para aferir o grau de “consciência” comunicativa de autores e usuários. Seu interesse é “descobrir” se as imagens tatuadas na “pele” são feitas com a intenção de expressar “pontos de vista” ou se refletem apenas o “modismo” juvenil.

Marcelo Sabbatini envereda de forma destemida pela sendas da folkcomunicação erótico-pornográfica, resgatando a persistência do erotismo peculiar ao artesanato de povos indo-americanos, euro-mediterrâneos e afro-asiáticos. Sua análise histórica confronta os hábitos culturais eruditos – arte erótica preservada nos museus –, os costumes das massas – apropriações turísticas da pornografia disfarçadas em *souvenir*, *gadget*, *regalo* ou lembrancinha – ou as práticas das classes populares – objetos rusticamente erótico-pornográficos. A intenção é sensibilizar os “ativistas midiáticos” para a defesa do “patrimônio cultural” embutido nos “significados de gênero” que são difundidos por tais objetos.

Além desses, foram identificadas outras contribuições relevantes para a construção de uma fotografia multidimensional das apropriações dos fenômenos típicos da folkcomunicação pela indústria midiática e pelos movimentos sociais.

No primeiro caso, destacam-se as pesquisas feitas em parceria por Iluska Coutinho & Gilze Bara – a propósito das narrativas telejornalísticas das “festas juninas”; por Paulo Roberto Leal & Bianca Alvin – sobre os usos do futebol nas emissões tele-esportivas; por Eliana Ramos & Betania Maciel – sobre a “reconversão” turística do artesanato dos “papangus” pernambucanos; por Maria Cristina Gobbi & Lana Santos – a respeito das “aplicações” folkcomunicacionais na publicidade.

No segundo caso, mostram-se expressivas as incursões feitas por Isabella Martins & Igor Arantes, descortinando a sub-cultura dos “góticos”, grupos culturalmente marginalizados que formam tribos juvenis caracterizadas pelo vestuário (roupas escuras), cor dos cabelos (negro ou tons chocantes) e pela estética (culto ao horror e à decadência) ; por Júnior Pinheiro, que estudou os “pontos de cultura” como “centros de produção do vídeo popular”, incentivados pelo governo federal como “alternativa à grande mídia”; ou por Romerito Pontes, cujas reflexões sobre “idealismo na prática do movimento estudantil” estabelecem conexões estratégicas entre propaganda e cultura popular.

Finalmente, despertam atenção aqueles trabalhos que focalizam os “objetos ou suportes” folkcomunicacionais.

Em verdade, predominam os objetos “convencionais”, como o “cordel”, pesquisado por Franklin Almeida, Jefferson Duarte e Sonia Xavier; o “bordado”, que Raruzza Gonçalves e Christina Musse analisam como prática artesanal convertida em “instrumento de afirmação de identidades”; a “gastronomia”, que Jamile Pontes redimensiona como “patrimônio imaterial de uma cultura” ; as “bonecas artesanais” como canais de projeção das “representações femininas”, pesquisadas por Karina Woitowicz e Ana Carolina Miola; ou ainda os “ex-votos”, cujos “elementos folkcomunicacionais” foram interpretados por Jacqueline Dourado e Renan Marques num santuário piauiense.

Mas começam a surgir trabalhos que valorizam objetos ou suportes inovativos. As contribuições que denotam curiosidade são aquelas provenientes de comunidades atípicas, como por exemplo o estudo do “design solidário” numa comunidade artesã de Goiás ou a pesquisa que Livia Machado desenvolveu a respeito da “festa alemã” de um bairro de Juiz de Fora (MG).

Contudo, os relatos dotados de maior expressividade comunicacional foram realizados sob a tutela intelectual de Sergio Gadini. Em parceria com Isadora Camargo, estuda as “embalagens como dispositivos folkcomunicacionais estratégicos”, veiculando mensagens regionais, políticas, religiosas ou promocionais. Com a participação de Gisele Barão da Silva, o professor paranaense examina o “vestuário regionalizado e identitário”. Trata-se de um estudo diferenciado sobre as “camisetas” promocionais. Nesse caso, o usuário procede como um “agente folkcomunicacional”, dialogando com as manifestações regionais ou de outra natureza.

### **Perspectivas**

Enquanto disciplina acadêmica, a Fokcomunicação vivenciou dois momentos cruciais: a criação do objeto, em consonância com a idéia esboçada por Luiz Beltrão e a configuração do campo pela prática dos pesquisadores que endossaram sua proposta inovadora.

A nova geração que institucionaliza a disciplina defronta-se com a missão de atualizar o legado do fundador para dar continuidade ao seu projeto multifacético, de acordo com a natureza da sociedade que marca a fisionomia do século XXI.

A circulação de obras de referência como *Território da Folkcomunicação* (Recife, Rede Folkcom, 2011) sinaliza positivamente, ensejando o fortalecimento da disciplina em função da agenda do novo tempo e das motivações de sua comunidade acadêmica. Ainda durante o corrente ano deve aparecer outro livro coletivo *Paradigmas da Folkcomunicação* (Recife, Rede Folkcom, 2011) que pode ser um guia seguro para a travessia cognitiva em processo.

Quando voltar a se reunir em Campina Grande (PB), nos dias 6-8 de junho de 2012, a comunidade acadêmica da área terá maturidade suficiente para vislumbrar os caminhos a percorrer nesta conjuntura marcada pela complexidade.

**Fontes:**

Almeida, Renato de (1965) – *Manual de coleta folclórica*, Rio de Janeiro, Campanha de Defesa do Folclore Brasileiro

Araújo, Alceu Maynard (1967) – *Folclore Nacional III*, São Paulo, Melhoramentos  
1975 – *Cultura Popular Brasileira*, São Paulo, Melhoramentos

Barreto, Luis Antonio (1994) – *Um novo entendimento do folclore*, Aracaju, Sociedade Editorial de Sergipe

Barreto, Luis Antonio (2005) – *Folclore, invenção e comunicação*, São Paulo, Socortecci

Beltrão, Luiz (1971) – *Comunicação e Folclore*, São Paulo, Melhoramentos

Beltrão, Luiz (1980) – *Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados*, São

Paulo, Cortez (2001) – *Folkcomunicação*, Porto Alegre, Edipurs

Berlinck, Manoel (1984) – *O centro popular de cultura da UNE*, Campinas, Papirus

Brandão, Carlos Rodrigues (1982) – *O que é folclore*, São Paulo, Brasiliense

Brandão, Carlos Rodrigues (1985) – *A educação como cultura*, São Paulo, Brasiliense

Bronner, Simon (1986) – Folk Objects, In: Oring, Elliott – *Folk Groups and Folk Genres*, Logan, University of Utah Press, p. 199-224

Câmara Cascudo, Luis da (1955) – *Tradições populares da pecuária nordestina*, Rio de Janeiro, Ministério da Agricultura

Câmara Cascudo, Luis da (1959) – *Rede de dormir*, Rio de Janeiro, Ministério da Educação e Cultura

Câmara Cascudo, Luis da (1962) – *Dicionário do Folclore Brasileiro*, Rio de Janeiro, INL

Câmara Cascudo, Luis da (1967) – *Folclore do Brasil*, Rio de Janeiro, Fundo de Cultura

Câmara Cascudo, Luis da (1971) – *Ensaio de etnografia brasileira*, Rio de Janeiro, INL

Câmara Cascudo, Luis da (1972) – *Seleção*, Rio de Janeiro, MEC – José Olympio

Câmara Cascudo, Luis da (1977) – *Antologia da alimentação no Brasil*, Rio de Janeiro, LTC

Carneiro, Édison (1957) – *A sabedoria popular*, Rio de Janeiro, INL

Carneiro, Édison (1959) – A sociologia e as ambições do folclore, *Revista Brasiliense*, n. 23, São Paulo, Brasiliense

Carneiro, Édison (1965) – *Dinâmica do folclore*, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira

Coimbra, Silvia R. e outras (1980) – *O Reinado da Lua: Escultores Populares do Nordeste*, Rio de Janeiro, Salamandra

Cunha, Newton (2003) – *Dicionário SESC – A linguagem da cultura*, São Paulo, SESC

Dantas, Ana Lucia (2004) – Artesanato, In: Pedrosa, Tania de Maya – *Arte popular de Alagoas*, Maceió, Grafitex, p. 78-94

Diégues Junior, Manuel (1969) – Sugestões para o estudo regional do Folclore Brasileiro, *Revista de Cultura Vozes*, v. 63, n. 10, Petrópolis, Vozes, p. 903-910

Fernandes, Florestan (1978) – *O folclore em questão*, São Paulo, Hucitec

Gadini, Sergio & Woitowicz, Karina (2007) – *Noções Básicas de Folkcomunicação*, Ponta Grossa, Editora UEPG

Gullar, Ferreira (1965) – *Cultura posta em questão*, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira

Larousse (1988) – *Brasil A/Z*, São Paulo, Editora Universo

Marques de Melo, José (1971) – *Folkcomunicação*, São Paulo, ECA-USP

Marques de Melo, José (1978) – Sistemas de Comunicação no Brasil, In: Marques de Melo, Lins da Silva & Fadul, orgs. – *Ideologia e poder no ensino de comunicação*, São Paulo, Cortez e Moraes, p. 211-139

Marques de Melo, José (2008) – *Mídia e Cultura Popular*, São Paulo, Paulus

Martins, Carlos Estevão (1963) – *A questão da cultura popular*, Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro

Ortiz, Renato (1992) – *Cultura popular: românticos e folcloristas*, São Paulo, Olho d'Água

Queiroz, Maria Isaura P. de (1969) – Funções sociais do folclore, *Revista de Cultura Vozes*, v. 63, n. 10, Petrópolis, Vozes, p. 893-902

Salles, Vicente (1969) – Questionamento teórico do folclore, *Revista de Cultura Vozes*, v. 63, n. 10, Petrópolis, Vozes, p. 878-888

Salles, Vicente (1972) – As artes e os ofícios, o artesanato, In: Diégues Junior, Manuel – *História da Cultura Brasileira* – 1, Rio de Janeiro, Conselho Federal de Cultura, p. 171-186

Tavares de Lima, Rossini (1972) – *ABC do Folclore*, São Paulo, Ricordi

Tavares de Lima, Rossini (2003) – *A ciência do folclore*, São Paulo, Martins Fontes

Valle, Edenio & Queiroz, José (1979) – *A cultura do povo*, São Paulo, EDUC

Vilhena, Luis Rodolfo (1997) – *Projeto e Missão: o movimento folclórico brasileiro: 1947-1964*, Rio de Janeiro, Funarte

---

<sup>1</sup> *Fundador e Presidente de honra da Rede Brasileira de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação – Rede FOLKCOM*