

## **Folkcomunicação, Identidade e os Entendimentos da Semiótica da Iúri Lotman<sup>1</sup>**

Flávio Menezes SANTANA<sup>2</sup>

Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP

### **RESUMO**

A partir das atualizações da Folkcomunicação desenvolvidas pelos seguidores de Luiz Beltrão, percebe-se que no cenário global, a cultura é incorporada por meio de uma apropriação cultural determinada por uma lógica mercadológica, que consequentemente distancia as identidades de seus contextos tradicionais e ao mesmo tempo as fortalecem. Diante desse contexto, serão utilizados os conceitos de semiosfera desenvolvidos por Iúri Lotman, na semiótica da cultura, afim de aproximar os entendimentos de ambas as teorias. Este estudo se responsabiliza também em demonstrar a cultura como única e que as identidades culturais são construídas e constantemente negociadas e alteradas a partir de outras influências, mas sem perder seu caráter tradicional.

**PALAVRAS-CHAVE:** Apropriação Cultural; Folkcomunicação; Identidade; Tradição; Semiosfera.

### **INTRODUÇÃO**

Os estudos da Folkcomunicação têm se desenvolvido constantemente. Inicialmente essa teoria limitava-se em enxergar como os protagonistas da cultura popular se apropriavam das informações midiáticas, para recriar seus produtos e expressões. Porém, segundo as contribuições de Marques de Melo (2008), alguns protocolos de pesquisas foram construídos com a finalidade de melhorar e renovar o arsenal metodológico da disciplina. Nessa visão, o autor explica que, diante das mudanças sofridas após a globalização, os seguidores de Beltrão lançaram novas abordagens que não se limitam apenas ao popular.

Em um outro estudo, por meio da folkcomunicação, o autor deste trabalho realizou observações para analisar como as tradições identitária sofrem com os efeitos globais, e de que forma encontram meios de fortalecimento. Nesse caso, foi constatado que a cultura se alia à mídia, ao turismo, a publicidade e ao marketing para ganhar visibilidade e, em contrapartida, ganha um caráter comercial e perde algumas de suas características

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestrando do Curso de Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, e-mail: [ms.flaviosantana@hotmail.com](mailto:ms.flaviosantana@hotmail.com)

originais. O que se constata a partir disso é um a lógica de interesses que geram ganhos e perdas a cultura popular.

Esse debate tem se intensificado cada vez mais, principalmente quando os fenômenos globais se entrelaçaram em contextos tradicionais. Considerando o tradicional como o impenetrável, como o meio de resistência e que invalida as posições contrárias, José Marques de Melo já evidenciava em suas obras que a partir do final do século XX, com a globalização, vislumbrava-se um campo multicultural que ao contrário de pensamentos considerados por ele como elitistas, os efeitos globais não determinariam o fim das tradições populares.

A partir dessas observações, uma introdução aos entendimentos da semiótica da cultura de Iúri Lotman entra nesse debate para esclarecer que ao contrário do que folcloristas e pesquisadores tradicionais apontam, os significados das tradições originais não são perdidos. As identidades culturais são construídas e constantemente negociadas e alteradas a partir de outras influências, à medida que a sociedade se modifica.

Dessa forma, este ensaio busca fazer um contraste entre as teorias, discutir sobre os entendimentos de apropriação cultural e como esses intercâmbios são organizados. Portanto, serão reunidos e analisados alguns conceitos e, de alguma forma, entender como as atualizações da folkcomunicação são percebidas sob um olhar semiótico.

É importante ressaltar que tais entendimentos não serão invalidarão nenhuma das teorias. Ao contrário, servirão de base para esclarecer que a folkcomunicação pode conversar com outros pensamentos e juntos darem conta de outros entendimentos. Além disso, fortalecer a possibilidade de entender a cultura e suas dinamicidades a fim de evidenciar diálogos transfronteiriços e contribuir intrinsecamente nos estudos da comunicação.

## **IDENTIDADE E A ERA DAS TRANSIÇÕES CULTURAIS**

No trabalho intitulado Folkcomunicação, Identidade e Resistência na Era das Transições Culturais<sup>3</sup>, Santana (2018) lançou um olhar para perceber e entender como as identidades resistem aos efeitos da globalização. Não foi um ensaio de análise ou de resolução. Na verdade, percebeu-se no olhar do pesquisador alguns caminhos que justificaram que a modernidade e a globalização possibilitaram uma contradição. Enquanto

---

<sup>3</sup> Comunicação apresentada na XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação em Parintins/AM.

para alguns autores os efeitos globais possibilitariam o fim das tradições, para outros, o espaço global se mostraria multicultural e repleto de culturas tradicionais que agora possuem a possibilidade de serem reconhecidas.

A partir de tais considerações, este ensaio surge como uma outra abordagem da discussão, porém a partir de um olhar diferenciado e que já não se prende apenas aos entendimentos da Folkcomunicação. Considerando o tradicional como o impenetrável, como o meio de resistência e que invalida as posições contrárias, os estudos culturais surgem para apontar que esse campo de luta não é bem propriamente um fator negativo. Essa posição destaca bem os entendimentos de autores que seguem tais rumos como um reflexo positivo em que elementos de outras culturas podem se intensificar e, inclusive, ajudar a culturas diferentes a se manterem firmes. Para isso, é necessário retomar a uma discussão a respeito do significado de tradição já observado pelo autor no trabalho anterior.

Considerando o ser humano como um ser cultural, Hall (2016) esclarece que o termo cultura ainda se denomina como algo amplo e complexo. No passado, em um contexto mais próximo das ciências sociais, por meio de uma definição antropológica, cultura passou a se referir às características dos modos de vida de um povo, comunidade, nação ou grupo social. Partindo desse conceito, ela é constituída por um conjunto de significados construídos por seus atores sociais através de uma linguagem comum.

Afirmar que dois indivíduos pertencem à mesma cultura equivale a dizer que eles interpretam o mundo de maneira semelhante e podem expressar seus pensamentos e sentimentos de forma que um compreenda o outro. Assim, a cultura depende de que seus participantes interpretem o que acontece ao seu redor e "deem sentido" às coisas de forma semelhante (HALL, 2016, p. 20).

Dessa forma, linguagem é entendida como um meio no qual as coisas ganham sentido e produzem significado – como signos e símbolos, que podem ser sonoros, escritos, imagens eletrônicas, notas musicais e objetos que ganham significado e representam conceitos, ideias e sentimentos – produzidos e intercambiados em seu determinado grupo social (HALL, 2016).

Através do entendimento do termo cultura como um elemento particular e um meio de diferenciação dos grupos, Giddens (1997) destaca as tradições como meios de organizar o tempo futuro, uma maneira de repetição que precisa ser examinada, faz o futuro voltar ao passado e ao mesmo tempo possibilita que esse passado reconstrua o futuro. Em suas palavras, tradição seria "uma orientação para o passado, de tal forma que o passado tem

uma pesada influência ou, mais precisamente, é constituído para ter uma pesada influência sobre o presente" (GIDDENS, 1997, p. 80).

Sempre mudam, mas se constituem como tradicionais porque têm integridade e continuidade que resistem às mudanças. Porém, possuem um caráter orgânico. Ou se desenvolvem e amadurecem, ou enfraquecem e morrem. Se reduzem a costumes ou hábitos dos seus "guardiães"<sup>4</sup> e discriminam o "outro" por ser aquele que está de fora e devido as suas diferenças, fazendo os separar-se dos demais para que isso não afete diretamente o seu caráter tradicional.

Giddens (1997) nota que as tradições são construídas e movidas pelas habilidades de seus guardiões. Ela envolve uma visão dita privilegiada de tempo e de espaço. O espaço privilegiado também é uma exigência, porque é principalmente onde se tem diferentes crenças e práticas tradicionais. O autor destaca que a relação entre identidade e tradição criou extremidades no que diz respeito a um amigo ou a um estranho. "O desconhecido é aquele espaço culturalmente definido que demarca o exterior do mundo "familiar", estruturado pelas tradições com que a coletividade se identifica" (GIDDENS, 1997, p. 101).

Porém, quando se trata de grupos distintos, haverá um choque entre os entendimentos dos mesmos, já que ambos se distinguem um dos outros. Giddens (1997) aponta uma definição de estranho que implica consideravelmente na visão de "resistência" das identidades tradicionais. O estranho seria aquele que ultrapassa os limites de sua própria tradição, entra nos limites de outra e obriga os indivíduos ali presentes a tomarem posições. Essa abordagem provoca uma série de questionamentos dos possíveis problemas, conflitos e riscos que uma identidade pode impor sobre a outra.

A grande questão é que o limiar do século XXI trouxe mudanças que reverberaram em todos os cantos do mundo e que, conseqüentemente, possibilitaram alterações no meio social. Tal processo é um dos principais reflexos de uma conjuntura que se deu início na revolução industrial e se alastrou com a revolução informacional, a qual se configura como um dos elementos que compõem o cenário da globalização.

Hall (2015) observa que os sujeitos eram compostos por identidades unificadas e coerentes, mas a modernidade fez surgir identidades deslocadas, às quais constituem um sujeito "pós-moderno" capaz de assumir "identidades diferentes em diferentes momentos,

---

<sup>4</sup> Termo usado por Giddens (1997) para se referir aos atores de um mesmo grupo social que se responsabilizam em manter a identidade de um mesmo grupo a salvo.

identidades que não são unificadas ao redor de um "eu" coerente" (HALL, 2015, p.12). Nesse contexto, a possibilidade dessas ampliações faz surgir um sujeito composto por diversas identidades que o autor chama de 'pós-moderno". Ou seja, à medida que o sujeito recebe realidades diferentes, ele se modifica e consequentemente modifica também suas ações e práticas sociais.

Giddens (1997) destaca que o processo amplo e complexo da modernidade trouxe atividades que penetram nas comunidades tradicionais, criando um campo composto por disputas, conflitos e resistência. Em outras palavras, os efeitos da globalização reforçam a necessidade da tradição resistir

[...] na época do desenvolvimento acelerado do Estado-nação, a população em geral tornou-se mais intimamente ligada aos sistemas de integração que perpassam o âmbito da comunidade local. A reflexividade institucional tornou-se o principal inimigo da tradição; o abandono dos contextos locais de ação aconteceu passo a passo com o crescente distanciamento no tempo e espaço (desincorporação) (GIDDENS, 1997, p. 115).

Em contrapartida, Castells (1999) compreende que na sociedade em rede as identidades se originam a partir de uma resistência comunal, mas para que isso seja possível, “as pessoas precisam participar de movimentos urbanos (não exatamente revolucionários), pelos quais são revelados e defendidos interesses comuns, e a vida é, de algum modo, compartilhada, e um novo significado pode ser produzido” (CASTELLS, 1999, p. 79).

Nesse aspecto, surge a possibilidade no que tange às comunidades tradicionais de abrirem espaços para diálogos, tanto com outras tradições como também com outros modos alternativos, no entanto esses choques “podem gerar violência; ou podem gerar diálogo" (GIDDENS, 1997, p.130).

Para Hall (2015) pode-se dizer que a aproximação a uma interdependência global provoca um "colapso" de todas as identidades culturais fortes e como consequência disso, produz "aquela fragmentação de códigos culturais, aquela multiplicidade de estilos, aquela ênfase no efêmero, no flutuante, no impermanente e na diferença e no pluralismo cultural” (HALL, 2015, p. 42).

As lutas e conflitos sociais afetam todas as tradicionais comunidades, mesmo que distantes, como Hall (2015, p. 40) esclarece, "a aceleração dos processos globais, de forma que se sente o mundo é menor e as distâncias mais curtas, que os ventos em um

determinado lugar têm um impacto imediato sobre as pessoas e lugares situados a uma grande distância".

Tais reflexos se estabelecem nos aspectos mais íntimos da vida dos atores sociais, que de forma dialética se relacionam com a globalização e recebem influências através dela. Basta que essas comunidades se apropriem de algum objeto eletrônico, TV ou rádio. Quanto mais a vida social é mediada pelo mercado global, maior a tendência de as identidades se desvincularem de suas tradições (HALL, 2015).

## **A FOLKCOMUNICAÇÃO E AS DISCUSSÕES SOBRE APROPRIAÇÃO CULTURAL**

A conexão entre o popular e a modernidade é vista sob dupla perspectiva da teoria da Folkcomunicação. Nas palavras do seu criador, folkcomunicação se constitui como “o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (BELTRÃO, 2014, p. 70).

Diante da globalização, que marcou uma instantânea troca de informação no âmbito global dos meios de comunicação, sucede um forte processo de hibridização cultural, que segundo Marques de Melo (2008, p. 70) significa um reflorescimento das culturas locais e regionais. “Esse 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”.

No entanto, a medida que a sociedade foi se reconfigurando com os efeitos da globalização, a área que a Folkcomunicação dialoga foi se expandindo, ganhando assim novas abrangências. Como pontuou Marques de Melo (2008), observa-se uma reinvenção nas culturas populares, a partir das mudanças causadas pela modernidade e pelos primeiros indícios da globalização, as quais permitem enxergar um mundo multiface e multicultural, justamente o contrário das previsões pós-modernas consideradas por ele como “elitistas” que apontavam o desaparecimento da cultura popular a partir dos efeitos 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 trazidos para a linguagem da cultura de massa (MARQUES DE MELO, 2008, p. 55).

Nesse aspecto, os discípulos<sup>5</sup> de Beltrão ampliaram os horizontes para observar o processo inverso da teoria. Nesse segundo momento, a teoria não se prende apenas ao folclore, buscando perceber um processo inverso. Ou seja, entender como a mídia se apropria da cultura popular por meio dos ditames da indústria cultural. Foi a partir desse entendimento inicial que outras concepções teóricas surgiram, como é o caso do Folkmarketing, Folkturismo e a Folkmídia, por exemplo.

Schmidt (2008) evidencia que os entendimentos das atualizações da Folkcomunicação se baseiam em processo de apropriação da cultura e das identidades com um olhar mercadológico. Tais processos entendem a cultura como elemento de desenvolvimento e consolidação de diferenciais entre grupos. “As manifestações culturais, mais especificamente o folclore, são ao mesmo tempo potencial econômico resistência, é mercado consumidor e referência para novos produtos e processos” (SCHMIDT, 2008, p. 150).

Apropriação cultural seria, então, uma forma de adotar alguns elementos específicos da cultura popular em um outro contexto que não seja propriamente o cultural. Nos casos específicos dos estudos da folkcomunicação, essas apropriações transmitem mensagens sejam elas positivas ou negativas. Como bem esclarece Kreutz (2007, p. 79), “toda mensagem (texto e/ou imagem) é um sistema de sinais organizado de acordo com códigos e sub-códigos que refletem certos valores, atitudes, convicções, suposições e práticas do sujeito emissor e receptor”.

Marques de Melo (2008) definiu o jornalismo como um meio que se abastece da cultura popular, inserindo vivências tradicionais como suas fontes e as convertendo em notícia devido ao seu caráter “inusitado, pitoresco ou sentimental”. Tal processo, segundo Schmidt (2008), é denominado de folkmídia. Esse termo foi melhor desenvolvido por Joseph Luyten, referenciando uma apropriação de elementos da cultura folk na mídia.

Essas características se configuram como uma conexão do mercado e da cultura tecnológica que repercutem a partir de ideais mercadológicos e consumistas consagrados,

---

<sup>5</sup> No que se refere aos aspectos teóricos e metodológicos de constituição da disciplina propriamente ditos, alguns discípulos de Beltrão e novos militantes se destacam por continuarem as reflexões iniciais do pesquisados nos últimos 30 anos, como: Roberto Benjamin, Osvaldo Trigueiro, José Marques de Melo, Joseph Luyten, Cristina Schmidt, Betânia Maciel (SCHMIDT, 2008, p. 155).

principalmente, pelos megagrupos midiáticos que, de acordo com Moraes (2013), se fundamenta em uma lógica de interesses estrategicamente traçada pelas corporações midiáticas através de multiplataformas integradas e implantadas pela tecnologia que efetivamente compartilha e distribui conteúdo com uma diminuição drástica de custos e investimentos.

Neste sentido, Moraes (2013) destaca que os mercados editorial, musical, cinematográfico, artístico e esportivo, crescem gradativamente, fomentando a geração de lucros e, paralelamente, proporcionam mudanças que refletem, principalmente, nas formas de produzir e consumir jornalismo. Por consequência, a prática jornalística se prende a poucos e grandes grupos dominantes que fortalecem o capitalismo, se desviando da crítica e da reflexão e tornando os meios de comunicação como elementos de difusão da cultura a partir dos ditames da indústria cultural.

No mesmo caminho, Kellner (2001) aponta a teoria pós-moderna como abstrata se desvinculada à economia política e ao capitalismo. Nesse segmento, tal teoria generaliza as novas tendências emergentes a uma cultura dominante. No viés regional, a cultura tradicional se modifica e passa a se tornar produto vendável ocupando espaços dominantes. Nesse sentido, a publicidade pode revelar mudanças significativas nos modos e nos modelos de identidades.

Se a pós-modernidade fosse a totalidade cultural que alguns de seus apologistas afirmam ser, poderíamos imaginar que os sofisticados publicitários muito bem remunerados pelo grande capital estariam jogando sobre seus concidadãos uma enxurrada de imagens pós-modernas; mas não, a propaganda e a cultura da mídia contemporâneas levam a crer que, ao contrário, a cultura de nossos dias está extremamente fragmentada em termos de gostos, o que explica a produção de imagens e valores muito diferentes (KELLNER, 2001, p. 328-329).

Tais apontamentos a respeito do consumo refletem nas pontuações de Kellner (2001) visto que as propagandas trabalham com vendas que criam uma associação entre os produtos e certas características socialmente desejáveis. Assim, a principal intensão se baseia em representar determinado símbolo social em um produto com a pretensão de alcançar vendas significativas. Assim, "a propaganda torna-se um mecanismo importante e geralmente negligenciado de socialização, além de ser um meio de controlar a demanda do consumidor" (KELLNER, 2001, p. 318).

Essa evolução dos mercados possibilita que esse mesmo caminho seja tomado pelas estratégias de marketing que se integram aos processos culturais. A partir da teoria da folkcomunicação, enxerga-se essa possibilidade como uma troca de interesses. Enquanto os produtos se vinculam à cultura popular, ela ganha visibilidade e conquista espaço que até então só as culturas hegemônicas dominavam. Dessa forma, considera-se folkmarketing “o conjunto de apropriações das culturas populares com objetivos comunicacionais, para visibilizar produtos e serviços de uma organização para os seus públicos-alvo” (LUCENA FILHO, 2015, p. 31).

Tal entendimento proporciona um processo comunicacional entre as identidades regionais ou locais e o marketing, alimentando e mobilizando as tradições e os saberes de um povo. Portanto, para que essa estratégia seja significativa para ambos os lados, é preciso que a participação das tradições seja efetiva por meio de meios que possibilitem a ambos serem recompensados.

Do mesmo modo que as estratégias de marketing, o turismo passa a se preocupar com vendas de serviços prestados por várias empresas interligando o mundo inteiro por meio das suas atividades profissionais. Tal acontecimento se justifica pelo aumento do fluxo de viagens logo após a Segunda Guerra Mundial. É somente no final da década de 1970 e início dos anos 1980 que o turismo se destacou, prática que se relaciona à influência dos meios de comunicação (OLIVEIRA, 2003).

Ao partir do princípio da apropriação da cultura na mídia no processo turístico, Lucena (2003) esclarece que a cultura popular, construída pela participação e pelo contato, muitas vezes se torna mercadoria sem perder sua capacidade criativa e seu cheiro de gente, a esse processo dar-se o nome de folkturismo. Ou seja, atuando como divulgador do folclore em decorrência das exigências de mercado, são gerados fontes e recursos para o crescimento da economia local, e nesse mesmo processo, possibilita a melhoria da qualidade de vida das comunidades populares. Contudo, tal relação “precisa ser avaliada no sentido de resguardar os agentes da cultura popular das pressões econômicas e políticas” (LUCENA, 2003, p. 112).

## **TRADIÇÃO E A SEMIÓTICA DA CULTURA DE IÚRI LOTMAN**

Woodward (2014) esclarece que a construção de identidade é tão simbólica quanto social. Ou seja, o conjunto de práticas sociais definidas por uma linguagem entre os

indivíduos de um mesmo grupo se consolida na identidade desse grupo. Dessa forma, as identidades adquirem sentido por meio da linguagem e dos sistemas simbólicos que a elas são apresentadas.

De uma forma ou de outra, essas definições corroboram para analisar a identidade como um processo construído em um contexto tradicional. Como pontua Castells (1999), as identidades são fontes originadas pelos seus próprios atores e construídas pelo processo da individuação. Neste aspecto, é importante desvincular o termo que muitas vezes é confundido com o conjunto de papéis - por exemplo, mãe, esposa, dona de casa, costureira, católica - definidos pelas instituições e organizações da sociedade as quais dependem de negociações entre elas e os indivíduos. Esse conjunto de papéis definem a identidade do ator social que Silva (2014) aponta como uma oposição à diferença. “Da mesma forma que a identidade, a diferença é, nesta perspectiva, concebida como autorreferenciada, como algo que remete a si própria. A diferença, tal como a identidade, simplesmente existe” (SILVA, 2014, p. 74).

Tais entendimentos servem de base para mostrar como a cultura é construída e desenvolvida baseada nas relações dos indivíduos que pertencem a um mesmo grupo. Na perspectiva da semiótica da cultura de Iúri Lotman<sup>6</sup>, a cultura, considerada como meio de organização da sua comunidade local, é estabelecida como semiosfera e com a ajuda da semiosfera. Considerando a cultura como repositório de camadas de informação, Lotman (1996) demonstra a cultura organizada por camadas profundas e sedimentares onde transpassam e reaparecem remetendo a um tempo longínquo.

O conceito lotmaniano de semiosfera abarca todo o universo de sentidos e se aproxima da noção de cultura. A partir de uma analogia ao conceito de biosfera, Lotman (1996) conceitua semiosfera

como o domínio no qual todo sistema de signos pode funcionar, o espaço no qual os processos comunicativos são realizados e novas informações são produzidas, o espaço semiótico fora do qual a própria existência de semiose é impossível (LOTMAN, 1996, p. 171; tradução nossa).

Considerando tais observações, percebe-se uma aproximação ao conceito de tradição desenvolvido por Giddens (1997) nas discussões anteriores deste trabalho. No entanto, nos entendimentos da semiosfera, todas as expressões culturais são entendidas

---

<sup>6</sup> Yury Lotman nasceu a 28 de fevereiro, em Petrogrado, na Rússia, e viveu até 1993. Foi semioticista e historiador cultural que fundou a Escola Semiótica de Tartu-Moscou.

como textos culturais. Em outras palavras, Lotman (1996) indica que todas as expressões culturais são novos textos que carregam camadas profundas de outros textos. Ou seja, são representações de textos de uma determinada época, e que são inseridos nos textos atuais.

De forma diferenciada dos estudos da sociologia e dos apontamentos da Folkcomunicação, a Semiosfera é composta através de uma hierarquia de elementos que se organizam. Se constrói, assim, uma linguagem, que de forma mais clara é a composição desses textos. Esses, segundo Lotman (1978) são unidades que geram sentido. Não são fechados, mas sim influenciados constantemente por outros textos. Construídos em diversos contextos, o texto cultural nunca é apenas uma única unidade de sentido, afinal nenhuma cultura se limita à apenas uma linguagem. "As ligações extratextuais de uma obra podem ser descritas como a relação do conjunto dos elementos fixados no texto com o conjunto dos elementos a partir do qual foi realizada a escolha do elemento utilizado que é dado" (LOTMAN, 1978, p. 102).

Diferente dos entendimentos da Folkcomunicação em que a culturas são inseridas em outros contextos influenciados por determinantes mercadológicos da Indústria Cultural, a semiosfera possui um caráter homogêneo, mas isso não a impossibilita de fazer margens com outras semiosferas. Ela também é constituída por diversos textos que se interagem por meio de linguagens culturais distintas. Nesse aspecto, são construídas séries, camadas que Lotman (1978) considera como multivocalidades que se referem a múltiplas vozes. Falam de maneira próxima quando se referem a linguagem, mas cada um com um ponto de vista diferente. Ou seja, cada manifestação cultural é multivocal, afinal sempre traz ressonâncias de outras manifestações. "Todo conjunto dos códigos artísticos historicamente elaborados, que tornam um texto significativo, refere-se à esfera das ligações extratextuais. Mas são ligações completamente reais" (LOTMAN, 1978, p. 101).

Retomando os estudos de identidade, Giddens (1997) destacou que as identidades tradicionais só passam a conversar com outras quando os efeitos da modernidade são inseridos. Esses diálogos, nos entendimentos da semiosfera, seriam entendidos a partir das margens com o diferente. Como espaços de extrema importância, e com um limite impermeável, a delimitação é um fator limitante, mas não poroso, afinal ele ainda remete a uma conexão com o outro.

Dessa forma, a semiosfera é medida como um espaço perpassado por um filtro que seleciona o que realmente pode ser assimilado de outra cultura, denominado de fronteira.

---

Assim como na matemática, um conjunto de pontos pertencentes simultaneamente ao espaço interno e ao espaço exterior é chamado de fronteira, a fronteira semiótica é a soma dos tradutores bilíngues - "filtros" através dos quais um texto é traduzido para outro idioma. (ou idiomas) que está fora da semiosfera dada (LOTMAN, 1996,p. 12; tradução nossa).

De acordo com Americo (2017), a fronteira desempenha a função de “limitar a invasão incontrolável dos elementos "alheios". Em segundo lugar, alguns dos elementos “alheios” são selecionados, filtrados e adaptados, (ou traduzidos) para a linguagem da semiosfera em questão”. Nesse processo, a recepção de novas informações é definida como tradução. Quando duas culturas se encontram, dialogam entre si e criam experiências que possibilitam uma reconfiguração do campo das forças culturais. Esse contato com o espaço extrasemiótico é visto por Lotman como um processo que enriquece e renova a semiosfera.

Para que eles adquiram realidade para isso, é essencial traduzi-los em uma das linguagens de seu espaço interno ou semiotizar os fatos não-semióticos. Assim, os pontos da fronteira da semiosfera podem ser comparados aos receptores sensoriais que traduzem as substâncias irritantes externas na linguagem do nosso sistema nervoso, ou aos blocos de tradução que adaptam o mundo exterior a ele em uma certa esfera semiótica (LOTMAN, 1996, p. 12; tradução nossa).

É importante perceber que esse processo de recodificação é bilateral, afinal acontece a mesma coisa quando um outro texto é conduzido para fora dos seus limites e inserido em outras semiosferas. Além do mais, nos entendimentos de fronteiras, há uma certa imprecisão. Separa uma semiosfera, mas ao mesmo tempo também as unem (AMERICO, 2017).

Essa discussão acaba abrindo margem para destacar um ponto crucial nos estudos das tradições e da folkcomunicação. Ao tentar perceber os efeitos da modernidade, Canclini (2015) associa o popular ao pré-moderno, ao subsidiário. A modernidade surge, então, para confrontar as tradições e faz emergir a hegemonia que se manifesta contra o subalterno. Nesse contexto, o autor pontua que supõe-se que os setores hegemônicos possuem um interesse em promover a modernidade e dar fim às tradições. Nessa visão, a busca pelos avanços dos modernizadores condena as classes populares. Porém, o que se nota é que

---

Se a cultura popular se moderniza, como de fato ocorre, isso é para os grupos hegemônicos uma confirmação de que seu tradicionalismo não tem saída; para os defensores das causas populares torna-se outra evidência da forma como a dominação os impede de ser eles mesmos (CANCLINI, 2015, p. 206).

Embora cada vez mais as comunidades tradicionais venham sucumbindo às forças do esvaziamento cultural, possibilitando um crescimento de aproximações entre as grandes e pequenas tradições, as distinções entre alta e baixa cultura ainda existem. Como Giddens (1997, p. 131) ressalta, as culturas estão associadas ao classicismo. Dentro seus efeitos, as “barreiras imensas separam o rico e o pobre tanto no plano local quanto no mais global”. No entanto, mesmo que a ideia de tradicional tenha se dissolvido bastante, “os costumes locais que continuam a existir tendem a desenvolver significados alterados” (GIDDENS, 1997, p. 124).

No entanto, na semiótica da cultura, essa discussão se torna importante para justificar que os conceitos de baixa e alta cultura se perpassam e não existem, já que as reuniões de seus textos não se diferenciam. Embora haja uma distinção entre a periferia e o centro da semiosfera, devido ao constante diálogo de disputas entre as linguagens os processos da periferia, que conseqüentemente se encontram próximos à fronteira são mais dinâmicos e os centrais são mais estáveis. Dessa forma, a medida que são gerados novos sentidos e novos textos, ocorrem inversões de lugares.

Essa discussão denota atualizações que reforçam a afirmação desses grupos considerados tradicionais e marginalizados definidos pela Folkcomunicação. Para Lotman (1978), este ou aquele elemento do texto será inserido em diferentes ligações extratextuais, e sem distinções de classes. Ou seja, não existe diferença entre alta e baixa cultura. Nessa perspectiva, a cultura é vista como uma única semiosfera.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Diante do conceito de texto e da semiótica da cultura, baseada nos pressupostos de Iúri Lotman, infere-se que as identidades ganham maiores destaques no que tange a necessidade de se validar e intensificar seus elementos a ganhar notoriedade e visibilidade. Nesse contexto, deixa-se de lado os conceitos de que a cultura é usada para meios meramente mercadológicos através de uma lógica da indústria cultural. Entende-se que

esse processo é visto como positivo para que se mantenham formas de engendrar a cultura e as tradições populares diante de um cenário amplamente global.

Assim, este ensaio, ainda que meramente introdutório, possibilitou enxergar a semiótica da cultura como um fator que possibilita dar melhores entendimentos a um cenário global e, articulada aos conceitos das atualizações da Folkcomunicação, explicar que o cenário multicultural que Marques de Melo (2008) já notava em seus estudos nos anos 2000 continua atual. Além disso, evidencia-se também que por meio de outras culturas as tradições se mantêm ativas à perpetuarem de forma atualizada os meios, costumes e modos que um dia foram gerados.

Os apontamentos de semiótica da cultura demonstram ainda que não há posicionamentos que definam se a cultura é tradicional e se os efeitos da globalização alteraram a cultura, principalmente porque a cultura é uma só e não há distinções entre o popular e o erudito. No ponto de vista de Iúri Lotman, devido ao constante diálogo de disputas entre as linguagens de diferentes culturas, não há distinções entre baixa e alta cultura. A cultura é uma única semiosfera.

Mesmo que se evidencie o conceito de apropriação cultural, percebe-se que todas as modificações fazem parte de uma dinâmica social e cultural. Além do mais, à medida que a prática cultural se molda, ela vai reviver os tradicionalismos, mas sempre vai assumir e inserir novos contextos a si própria. Dessa forma, nota-se que a Folkcomunicação consegue de alguma forma aliar-se a outras teorias e manter seus entendimentos, mesmo que não sejam de acordo com suas construções e que ambos tenham contextos e pensamentos distintos.

## REFERÊNCIAS

AMERICO, Ekaterina Vólkova. O conceito de fronteira na semiótica de Iúri Lotman. **Bakhtiniana**, Rev. Estud. Discurso. vol.12, n.1, p.5-20, 2017.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressões de ideias**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. Tradução de Klauss Brandini Gerhardt. São Paulo: Paz e terra, 1999.

GIDDENS, Anthony. A vida em uma sociedade pós-tradicional. In: BECK, Ulrich; GIDDENS, Anthony; LASH, Scott. **Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna**. Tradução de Magda Lopes. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1997.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**; tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro – 12. ed. – Rio de Janeiro: DP&A, 2015.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Tradução de Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: PUC-Rio; Apicuri, 2016.

KELLNER, Douglas. Televisão, propaganda e construção da identidade pós-moderna. In: **A Cultura da Mídia**. Bauru: Edusc, 2001. p. 295-334.

KREUTZ, Elizete de Azevedo. Apropriação cultural. In: GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz (Org.). **Noções básicas de folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007.

LOTMAN, Iuri. **La semiosfera I**. Semiótica de la cultura y del texto. Madrid/ Valencia: Ediciones Cátedra/ Frónesis Universidad de Valencia, 1996.

LOTMAN, Iuri. **A estrutura do texto artístico**. Lisboa: Estampa, 1978.

LOTMAN, Iuri. **Semiosfera**. São Petersburgo: Iskústvo-SPB, 2001.

LUCENA FILHO, LUCENA FILHO, Severino Alves de. Folkoturismo: vivências do turismo popular. In: GASTAL S.; CASTRIGIOVANNI, A. (orgs). **Turismo na Pós-Modernidade**: (des) inquietações. Porto Alegre: Edipucrs, 2003.

LUCENA FILHO, Severino Alves de. **Festa junina em Portugal**: marcas culturais no contexto de folkmarketing. João Pessoa: Editora da UFPB, 2012.

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

MORAES, Dênis de. Sistema midiático, mercantilização cultural e poder mundial. In: MORAES, Dênis de (Org.) RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, Poder e contrapoder**: da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013, p. 19-52.

OLIVEIRA, Diney Adriana Nogueira de. In: GASTAL S.; CASTRIGIOVANNI, A. (orgs). **Turismo na Pós-Modernidade**: (des) inquietações. Porto Alegre: Edipucrs, 2003.

SANTANA, Flávio Menezes. Folkcomunicação, Identidade e Resistência na Era das Transições Culturais. In: XIX CONFERÊNCIA NACIONAL DE FOLKCOMUNICAÇÃO, 2018, Parintins. **Anais...** Parintins: Universidade Federal do Amazonas, 2018.

SCHMIDT, Cristina. Folkcomunicação. In: MARQUES DE MELO, José (org.). **O campo da comunicação no Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008, p. 149-159.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. 15 Ed. Pedtrópolis, RJ: Vozes, 2014, p. 73-102.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. 15 Ed. Pedtrópolis, RJ: Vozes, 2014, p. 7-72.