APROXIMAÇÃO DE MARTHA BLACHE COM A FOLKCOMUNICAÇÃO NO BRASIL

Osvaldo Meira Trigueiro

Introdução

Ao receber o convite para participar do livro que marca os 10 anos da morte da professora e pesquisadora Martha Blache, não tive dúvida em aceitar essa difícil tarefa, escrever um artigo em homenagem à renomada pesquisadora argentina, que deixou o seu legado com importantes estudos no campo da disciplina do Folclore. As suas contribuições sobre o folclore ultrapassam as fronteiras do seu país. O meu primeiro contato com os seus artigos foi em 1979 quando participava como aluno do curso de Etnomusicología y Folklore no el Instituto Interamericano de Etnomusicología y Folklore / INIDEF, em Caracas/Venezuela. A partir daí passei a ler com frequência seus trabalhos por indicação dos professores e pesquisadores brasileiros Bráulio Nascimento, Paulo de Carvalho Neto e Roberto Benjamin, com atenção para as suas análises estreitas entre folclore e o campo de estudo da comunicação e, consequentemente, a sua aproximação com a Folkcomunicação. Mas, foi em setembro de 2000 que conheci a professora Martha Blache pessoalmente quando participamos do IX Congresso Brasileiro de Folclore na cidade de Porto Alegre/RS, estávamos juntos na mesa sobre "Folclore em uma sociedade tecnológica", o tema era bastante inovador e polêmico para época. Portanto, foi a partir deste momento que nos aproximamos pelas afinidades teóricas e das pesquisas empíricas sobre os diferentes processos de atualização das manifestações folclóricas nos territórios urbanos e rurais na contemporaneidade. "En el mundo tecnológico ¿el Folclore se extingue o se extiende? (2000), foi o título da sua exposição nesse congresso quando abordou as questões dos estudos do folclore na entrada do século XXI, como seriam as tendências desses estudos do folclore diante dos vertiginosos avanços das novas tecnologias da comunicação. Neste testemunho justifico a aproximação da professora Martha Blache com a teoria da folkcomunicação fundamentada nas leituras dos seus artigos "Aproximación al folklore de los periodistas (1996), Narrativa folklórica II: introducción y compilación "Aproximación al folklore de los periodistas (1995), La

cadena de transmisión mediacional en una leyenda contemporánea: el caso de las vacas mutiladas como metáfora de la crisis Argentina actual (2003).

Na primavera de 2010, estava fazendo turismo na Argentina e nos encontramos para um jantar em Buenos Aires, foi uma noite bastante agradável e de ricas trocas de ideias sobre os estudos, as pesquisas contemporâneas do folclore e sua vinculação estreita com as novas tecnologias da comunicação. Martha Blache, demonstrava interesse em conhecer mais sobre os estudos da folkcomunicação no Brasil e estávamos de acordo que no mundo das novas tecnologias e no contexto da sociedade midiatizada o folclore não se extingue, ao contrário, estende-se e sempre se atualiza.

A dinâmica do folclore no contexto da folkcomunicação

Os estudos sobre o folclore na contemporaneidade não são tão recentes como se imaginava, já nos anos 60 do século passado vários estudos apontavam as novas tendências para compreende as mudanças nas práticas culturais tradicionais e os processos dinâmicos de transformações do folclore com o surgimento dos novos modos de sentir, pensar e agir na vida cotidiana da sociedade moderna. Martha Blache na sua palestra em Porto Alegre (2000); cita o livro do Hermann Bausinger (1961) como um estudo pioneiro sobre as mudanças na sociedade moderna e consequentemente nas manifestações folclóricas. Bausinger, afirma que, à medida que o ambiente em que os atores sociais operam mudanças, as tradições também mudam e com essa afirmação rompe o pensamento predominante em determinados setores da folclorista que o folclore não sobreviria com a vida da modernização da sociedade atual e principalmente com os avanços das novas tecnologias. No seu artigo Blache, traz importantes exemplos sobre o folclore no contexto da sociedade atual e como são ressignificadas as lendas, os contos e tantas outras narrativas tradicionais nos territórios urbanos e suas vinculações com os aparatos tecnológicos da vida moderna. Assim diz Blache:

> "Em 1950 o etnólogo e folclorista brasileiro Edison Carneiro (1912-1972), publica o livro *Dinâmica do Folclore* e tem grande repercussão nos meios dos estudiosos das tradições culturais com uma nova abordagem sobre o conceito de folclore, contextualizado para o momento de importantes transformações da sociedade brasileira nos meados do século XX. Com a modernização dos centros urbanos, nos anos 50 e 60 do século passado, as classes populares incorporam as novas maneias de agir, de trabalhar, de diversão, de crer e de pensar e consequentemente as manifestações folclóricas passam por importantes processos de atualização nas suas festas religiosas e profanas, nas narrativas verbais e não verbais – contos, lendas, cordel – no artesanato, nas danças, nos folguedos e em tantas outras formas de produção e circulação de bens culturais tradicionais."

Edison Carneiro, contrário aos que "profetizavam" que o folclore desapareceria com a modernidade da sociedade brasileira observou que o fato folclórico não fica parado ou imutável no tempo, está em constante processo de atualização. Para Carneiro, o folclore é dinâmico, ou seja: "na sua essência – está em constante transformação, dialeticamente é e não é o mesmo fenômeno ao mesmo tempo, como em geral acontece com todos os fenômenos sociais" (Carneiro, 1965: 13). Portanto, o folclore está em constante processo dialético de transformação da vida cotidiana da sociedade atual.

> "A partir da publicação do seu livro Dinâmica do Folclore (1965), os estudos do folclore no Brasil ganham outras dimensões nos meios dos intelectuais, nas universidades, na Comissão Nacional de Folclore e certa rejeição na folclorista tradicional conservadora. Estava aberto o discurso ou a "velha pendenga" entre os antropólogos, sociólogos e os folcloristas sobre o novo entendimento do conceito de folclore (Carneiro, 1965:61). Carneiro acha que a "pendenga" chegaria ao fim se os antropólogos se dispusessem a considerar a questão com boa vontade e sem preconceitos."

Foi com base nesta polêmica ou "pendenga", como afirmava Carneiro, que ajudou o professor e jornalista Luiz Beltrão (1918-1986) ao ler o livro Dinâmica do Folclore com o objetivo de melhor compreender o conceito de folclore e suas práticas na vida cotidiana das classes populares num Brasil em transição do rural para o urbano que desvenda um campo novo de estudo e de pesquisa nas manifestações folclóricas e suas vinculações com os diferentes processos de comunicação e que viria a denominar de folkcomunicação. A origem do termo folkcomunicação se deu em 1967 quando Luiz Beltrão defende a tese de doutorado na Universidade de Brasília, que passa a ser considerada a primeira tese de comunicação no Brasil. Luiz Beltrão é um pioneiro no Brasil nos estudos científicos da comunicação e o seu pioneirismo é reconhecido nacionalmente por fundar em 1963 o primeiro Instituto de Ciência da Informação (ICINFORN) e em 1965 a primeira revista científica brasileira voltada para os estudos da comunicação "Comunicação & Problemas" na Universidade Católica de Pernambuco, em Recife (Melo, 2001, 7-21).

A folkcomunicação abria, então, novos caminhos para os estudos e as pesquisas no campo da comunicação no Brasil e especialmente no Nordeste brasileiro. Chamando atenção para a importância da produção-circulação-recepção dos conteúdos dos meios populares de comunicação transmitidas pelas classes populares em diferentes linguagens

> "As classes populares têm, assim, meios próprios de expressão e somente através deles é que podem entender e fazer-se entender. Tais meios são, ainda, em grande parte aqueles mesmos que lhes serviram na fase da Independência: - a literatura oral, como os cantadores, as estórias e

> anedotas, os romances cheios moralidade e filosofia; o jornalismo ambulante dos caixeiros viajantes, dos choferes de caminhão, dos frades e padres missionários ou dos vigários nas "desobrigas", dos passadores-de-bicho de engenho e, engenho enchendo as "poules" e conversando fiado, dos canoeiros do São Francisco, do Amazonas e seus afluentes; ou a literatura escrita, como os folhetos de romance ou de época, os boletins de propaganda eleitoral como os "credos" e paródias de orações católicas, os almanaques de produtos farmacêuticos, os calendários e as folhinhas, os livros de sortes, publicações periódicas e avulsas impressas em prelos manuais; ou, ainda , a linguagem simbólica e eloquente dos autos e entretenimentos, que se praticam nas festas religiosas e cívicas, no São João, no Natal, durante o tríduo de Mono ou nos aprontes de marchas dos blocos ou de sambas das escolas das favelas, nos candomblés e "xangós , na Semana Santa. E também pela "fala" expressiva das peças de artesanato, de esculturas, de quadros, de móveis e utensílios rústicos." (Beltrão, 2001:125).

Temos que levar em consideração a época, os anos 50 e 60 do século passado, nos estudos e as pesquisas empíricas desenvolvidos por Luiz Beltrão, a televisão estava chegando no Brasil, o rádio era o meio de comunicação de maior popularidade, os objetos de uso doméstico modernos, assim como fogão, televisão, geladeira, rádio estavam fora do alcance financeiro da maioria dos brasileiros das classes populares (Trigueiro, 2025). Nos estudos de folkcomunicação, nos primeiros anos, ficam demostrados que é através desses veículos de comunicação que as camadas populares relatam suas experiências, transmitem seus conhecimentos educacionais, no trabalho, nas realizações artísticas, organizam as festas religiosas, profanas e cívicas, os protestos para que sejam ouvidas pelas classes dominantes, continuam transmitindo suas tradições por gerações e que chegam aos dias atuais ressignificadas para atender os temas de consumo na sociedade contemporânea.

A esse novo campo de estudo da comunicação com o folclore Beltrão passou a denominar de Folkcomunicação" (Beltrão, 1980: 24) como: "o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes de massa através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore. Posteriormente percebe-se que esses processos de comunicação não são limitados às manifestações de natureza folclórica, são mais abrangentes ampliando-se os intercâmbios com a comunicação de massa que se consolidava, nos anos 70 e 80 do século XX, no território brasileiro, com instalações de emissoras de rádio com maior alcance, a chegada da televisão com todos os aparatos estratégicos de venda de novos produtos de consumo, a eletrificação rural, aberturas de estradas e imigração da população rural para a zona urbana. A população brasileira estava saindo do isolamento e os portadores das culturas tradicionais acessavam os conteúdos veiculados pelos meios massivos de comunicação e os incorporavam às suas práticas da

vida cotidiana. As telenovelas tinham grande audiência e influenciavam a moda, o consumo de valores culturais e da comunicação de massa e, como consequência, os portadores das culturas folk se apropriavam das tecnologias massivas de comunicação (Benjamin, 2004). As facilidades de negócios pelo sistema de crediário nas compras de bens de consumo a exemplo dos aparelhos de rádio e televisão, fogão a gás, geladeira e tantos outros eletrodomésticos ofertados no comércio local já estavam ao alcance de alguns segmentos das classes populares. Era preciso atualizar as metodologias e os métodos de pesquisas no campo do folclore e da folkcomunicação, que oferecia novos caminhos de estudo e pesquisa para uma melhor compreensão das transformações socioculturais das classes populares com os avanços tecnológicos e a continuidade das suas práticas culturais tradicionais.

Na atualidade, é quase impossível desconectar as manifestações da cultura popular e o folclore das novas tecnologias da comunicação e da informação, até porque os portadores dessas manifestações culturais estão, também, quase sempre conectados à internet, no tablet, no iPad, no smartphone, no whatsApp, no youtube, no blog, no facebook e em tantas outras mídias digitais que registram, que gravam, que divulgam e que transmite ao vivo os acontecimentos da vida cotidiana. Ou seja, já não dependem totalmente do apoio da exterioridade ou do profissional para documentar os acontecimentos no seu grupo social e na sua comunidade rurbana como as suas festas, as romarias, as feiras de artesanato e da gastronomia típica do local. Mas, também para as denúncias, os protestos e as interpelações dos malfeitos, quando necessário.

Na folkcomunicação a festa, o lúdico e o lazer têm a sua importância, mas não se pode deixar de lado as interpretações, as interpelações e os sentimentos coletivos da comunidade expressos no folclore do trabalho, do econômico e do político. Dizendo de outra maneira, compreender o folclore na vida prática cotidiana operado pelos líderes de opinião como agentes intermediários mediadores ativistas da folkcomunicação (Beltrão, 2001; Trigueiro, 2008), ou dos intelectuais mediadores simbólicos populares influenciadores (Ortiz, 2025).

O pensamento crítico sobre o folclore da professora e pesquisadora Martha Blache foi, nessa perspectiva, de aproximação com os estudos da folkcomunicação, que o as manifestações culturais tradicionais acompanham as profundas e rápidas transformações que ocorrem na sociedade contemporânea. Ou seja:

> “Hoy los folcloristas centran sus análisis em las condiciones de producción, circulación e interpretación de los mensajes folclóricos, en los procesos de comunicación que plantean en un grupo, las reglas sociales que los gobierman y las interrrelaciones donde se negocian las identidades de los grupos en juego. Los actuales paradigmas han adquirido notable desarrollo en centros académicos internacionales y, lentamente, también se han ido incorporando en los latinoamericanos, permitiendo a la folclorísta encarar

> con más profundidad y riqueza las cuestiones de las que habitualmente venía ocupándose como así también adentrarse en otras nuevas" (Blache, 2002: 56).

Os meios de comunicação se apropriam dos bens culturais tradicionais com o objetivo de alcançar maiores índices de audiência, quer seja nas telenovelas, minisséries, nas campanhas de produtos comerciais, assim como os portadores das culturas populares apropriam-se dos conteúdos dos meios massivos e transformam os seus significados para suas práticas cotidianas. Os contos, as lendas, as danças e folguedos, a religiosidade e tantas outras manifestações do folclore, são ressignificadas, adaptadas ao longo dos diferentes períodos da história e em tempos remotos circulavam pelas redes da oralidade. Na atualidade as manifestações folclóricas circulam também nas mídias digitais e redes sociais com o alcance em dimensão global e em menor tempo. Melhor dizendo, em tempos passados as narrativas circulavam nas redes da oralidade – redes mnemônicas – em diferentes meios de comunicação popular. Posteriormente, em maior escala com a invenção da imprensa móvel e atualmente pelas mídias com todos os seus aparatos tecnológicos de alcance global. Os contos e as lendas tradicionais são transmitidos há centenas de anos por povos de diferentes culturas e religiosidades em quase todos os recantos do mundo. E, por esses motivos, são tradições culturais que resistem ao tempo, continuam vivas nas memórias e na história dos diferentes povos, independente dos seus níveis econômicos e socioculturais. Os contos e as lendas tradicionais na atualidade estão impregnados com valores culturais da sociedade contemporânea, enraizados na produção de sentidos, no imaginário coletivo e na diversidade cultural das comunidades tradicionais estejam onde estiverem, no campo, nas pequenas cidades ou nas cidades globais (García Canclini, 1999).

> También despertó el interés de los folcloristas la abundante cantidad de leyendas urbanas vinculadas a adelantos tecnológicos, convertidos en símbolos de la era mecánica, tales como: automóviles, cajeros automáticos, detectores de humo, horno micro-onda, lavaplatos, camas solares, computadoras, comidas rápidas (Brunvand, 1989), o transplantes de órganos (Campion-Vicent, 1990). Estas leyendas, como así também otros géneros narrativos, en sus múltiples y variantes, dan cuenta que las modernas tecnologías, al alcanzar amplia, distribución y aceptación, han ido modificando los hábitos cotidianos da la gente (Blache, 2002: 51-52).

Quando a mídia se apropria dessas manifestações tradicionais com o objetivo de transformá-las em campanhas comerciais para a venda de seus produtos o resultado é quase sempre de aceitação coletiva e, consequentemente, alcançam maiores índices de audiência, até porque os códigos e os significados dos contos e lendas tradicionais são ao

mesmo tempo globais, locais, familiares, explicativos e interpretativos dos fatos históricos, das mitologias e das narrativas ficcionais. Ou seja, os contos e as lendas são narrativas do mundo dos encantados, das fantasias e que são próximas do imaginário de determinado povo.

As manifestações culturais tradicionais, e aqui estamos tratando especificamente dos contos e das lendas, quando são incorporadas as narrativas midiatizadas como nas telenovelas, nas minisséries, nos comerciais e nos demais produtos midiáticos continuam estruturados no mundo das suas experiências tradicionais como espetáculo imagético, mágico, sarcástico, risível, religioso, das festas e das encenações teatrais. E são esses mundos e essas experiências globais, locais e familiares que estruturam as modalidades dos contos e das lendas, desde a Idade Média e chegam na Idade da Mídia em espaços e tempos que ultrapassaram continentes e que chegam na atualidade com as mais representativas versões e variantes.

No Brasil os contos e as lendas tradicionais vieram na bagagem dos colonizadores portugueses e ao longo do tempo foram incorporados significados tropicais, caboclos e mestiços. As mídias ao se apropriarem dessas narrativas, recriam e adaptam o modo de contar as histórias, cujas celebridades midiáticas representam os seus personagens, mas matem estrategicamente as modalidades e as tipologias que constroem o mundo fantástico dos reis e rainhas, dos príncipes e princesas, dos bruxos e bruxas, das guerras de cavalarias, das lutas entre o bem e mal, dos vagamundos e vilões que encantam o mundo, infantil ou adulto, que temos dentro de todos nós, independente de faixa etária e do tempo e espaço em que vivemos.

As pesquisas de Martha Blache sobre as lendas urbanas desenvolvidas na Argentina e especificamente a famosa narrativa do "Chupa Cabra" é um outro exemplo da sua aproximação com a folkcomunicação. No Brasil a lenda do Chupa Cabra" foi tema abordado na literatura de cordel nos principais meios de comunicação de massa e nas redes sociais, com versões específicas em cada localidade.

Perspectivas Contemporâneas: a pesquisa empírica na folkcomunicação

As possibilidades de acessos quantitativos e qualitativos às novas tecnologias pelos segmentos sociais de menor poder aquisitivo proporcionam um maior consumo desses artefatos no espaço e tempo da casa e da rua e da vida cotidiana. Ou seja, é a reutilização dessas novas tecnologias para funções não desejadas ou imaginadas pelos seus produtores e negociadores.

Quanto maiores são os acessos quantitativos e qualitativos às novas tecnologias pelas sociedades rurbanas, maiores são as ações/reações de apropriação, de incorporação e de conversão desses produtos nas suas práticas cotidianas. Se um sujeito ou uma coletividade tem mais acesso às novas tecnologias, maiores são as suas capacidades reflexivas e inovadoras de posse e consumo desses novos produtos midiáticos. Os ativistas da rede folkcomunicacional são consumidores, mas também interpeladores desses mesmos

produtos. As novas tecnologias, por incrível que pareça, possibilitam a continuidade das manifestações culturais populares – folk – evidentemente com outras formas de representações, com outras estruturas e outros processos, mas funções próximas às suas experiências tradicionais.

Nessa perspectiva o estudo da folkcomunicação deve se voltar para a observação do consumo dos produtos simbólicos da sociedade midiatizada e interpretar como a sociedade tradicional incorpora, pelos diferentes processos, esses produtos midiáticos na sua dinâmica e como a sociedade midiatizada incorpora o patrimônio cultural tradicional – *folk* – na produção dos seus conteúdos. Esses movimentos constantes vão permitir uma melhor visão das "fronteiras", possivelmente existentes, entre sociedade tradicional e sociedade moderna em pleno século XXI. Por isso, na perspectiva da folkcomunicação creio que não vale mais a pena essa discussão entre o que é e o que não é autêntico. O mais importante é compreender os processos de negociações mediados nos diferentes processos de comunicação e do conhecimento humano, bem como os resultados entre as culturas hibridas ou as diferentes mestiçagens, entre o local e o global que ocorrem intensamente nas comunidades tradicionais portadoras das manifestações folclóricas.

A pesquisa empírica na folkcomunicação, talvez seja o melhor caminho para estudar as relações entre as várias formas, estruturas, gêneros e funções, como sistemas em princípio não disjuntivos, no contexto da sociedade tradicional. Mas observados conjuntamente e conectados na vida cotidiana das comunidades rurbanas e suas mediações com os processos de atualidade da sociedade moderna, possibilitam a construção de uma base metodológica para uma melhor compreensão dos fenômenos em sua totalidade para chegar às particularidades (Santos, 1997). Hoje em dia quase não existe mais um lugar isolado do outro, não é mais possível pensar num sistema local de informação, de comunicação e de conhecimento sem a sua relação direta ou indireta com as novas tecnologias. Mas isso não significa dizer que as particularidades do local tenham desaparecido ou, como previam alguns apocalípticos, que não existiriam mais com o avanço da globalização. Portanto, o estudo da folkcomunicação passa necessariamente pela pesquisa empírica, etnográfica, participativa, mas sempre com um olhar voltado para as interações básicas dos contextos socioculturais do lugar que nos leve claramente para a compreensão dos diferentes processos de atualidade dos sistemas de informação, de comunicação e do conhecimento das sociedades rurbanas numa perspectiva do século XXI.

Arte Popular do Mestre Luiz Antônio: um ativista midiático folkcomunicacional

Em 2012 realizei um estudo empírico com objetivo de registrar a arte popular do Mestre Luiz Antônio como exemplo da apropriação das temáticas contemporâneas na criação de suas obras artísticas de técnicas populares, mas com representações simbólicas figurativas das novas tecnologias que foram incorporadas ao longo do tempo observando as transformações da vida cotidiana com a chegada da modernidade na sua região.

O mestre Antônio tem 90 anos e é reconhecido como um dos mais importantes artesãos do Brasil, mora no Alto do Moura, bairro popular da cidade de Caruaru que tem como referência a concentração de vários artesãos e é importante polo turístico na região do agreste pernambucano localizado a aproximadamente 130 km do Recife, a capital do estado de Pernambuco. O mestre Antônio é reconhecido pelo governo estadual como Patrimônio Vivo do Estado de Pernambuco e ao longo de sua trajetória de vida vem projetando-se pelos processos de criatividade, de inovação e vivência das grandes mudanças socioculturais e econômicas. O artesanato de Luiz Antônio representa uma multiplicidade, de testemunhos dos acontecimentos temáticos tradicionais e modernos, antigo e novo vivenciados pelos diferentes campos de experiências tradicionais e contemporâneas. É o único aprendiz vivo do Mestre Vitalino.

Nas suas peças figurativas continua representando os acontecimentos consagrados pelo mestre Vitalino, mas sem dúvida é na temática inovadora da sociedade moderna que o artesão vem se projetando na arte popular no cenário nacional, como um artista diferenciado e engajado na experiência da atualidade.

Quando passou a apropriar e incorporar a sua arte às representações do mundo globalizado e mais especificamente os temas vinculados às novas tecnologias de comunicação passou a ter maior projeção como artista popular. As experiências no campo da modernidade proporcionam aos produtores das culturas tradicionais importantes avanços na qualidade de vida e novas conquistas de inclusões socioculturais nas demandas ofertadas pela economia criativa em desenvolvimento aqui no Brasil e especialmente no Nordeste.

A comunidade tradicional de artesãos do Alto do Moura passa por significativas transformações socioculturais e econômicas, que alcançam grande parte da população e não seria diferente se os operadores ativistas das redes folkcomunicacionais também não estivessem passando por todas essas mudanças (Trigueiro, 2008). Com a globalização nas comunidades *rurbanas*, aqui empregando o neologismo do sociólogo brasileiro Gilberto Freyre (1982), para designar uma comunidade rural em processo de urbanização, do os processos socioculturais do local são cada vez mais mediados pelas novas intermediações tecnologias, são mais frequentes os processos de apropriação e incorporação de novos significados dos bens simbólicos do mundo contemporâneo na vida cotidiana dessas microgeografias. Melhor dizendo, nas comunidades rurbanas as experiências tradicionais, os processos socioculturais, são mediados pelas referencias "etnoantropológicas" e pelas referencias das "tecnologias patrimoniais", que já não se opõem aos significados simbólicos do mundo das experiências da atualidade da sociedade midiatizada (Morley, 2008, p. 225)

Ora, se na primeira metade do século passado a importância dessas novas tecnologias teria sido a chegada da energia elétrica nas casas e nas ruas das cidades brasileiras, mais adiante o refrigerador, o automóvel e o telefone fixo, nos anos 80, do mesmo século, foi a televisão via satélite através da antena parabólica, o telefone celular e agora o computador, a internet, as redes socais chegando ao alcance de quase toda a sociedade brasileira. São

inovações tecnológicas de consumo da maioria dos brasileiros chegando para mudar o estilo da vida doméstica, dos novos hábitos e costumes das suas vidas cotidianas.

O artesão Luiz Antônio vivencia essas multiplicidades de experiências, o multiculturalismo, assim como tantos outros operadores ativistas das redes folkcomunicacionais e, como consequência, se apropria dos mais diferentes signos das tecnologias modernas com variadas finalidades, inclusive para atender as demandas do turismo cultural. Mestre Antônio, através da sua arte popular conta a história do Alto do Moura ressignificando o sentido funcional dos objetos figurativos para registar a chegada das novas tecnologias criando manualmente no barro – o poste da rede elétrica, o telefone público, o automóvel, o avião, a câmera fotográfica, a câmera de televisão, o telefone celular, o computador, o jornalista, o médico, o dentista os jogadores de futebol e tudo isso para dar sentido aos desejos e às demandas de consumo nas suas obras de artes. Ao se apropriar dos significados simbólicos e materiais das novas tecnologias Luiz Antônio desenvolve processos de atualização da folkcomunicação e de continuidade das suas experiências entre o mundo tradicional e o mundo moderno, entre o novo e o antigo, mas sem afastar a sua obra de arte como representação organizacional analítica do seu mundo cotidiano e suas vinculações com a comunidade a que pertence e com o mundo exterior.

Esses procedimentos quase sempre adotados pelos ativistas midiáticos da folkcomunicação comprovam, mais uma vez, que a sociedade tradicional é feérica, nunca foi e jamais será uma sociedade estática, parada no tempo, pois quem para no tempo falece e vira |mofo. Os ativistas folkcomunicacionais estão sempre inovando, estão sempre se adaptando aos contextos e às interações em seus entornos, como resultado dos processos sociais que se esbarram dialeticamente entre o novo e o antigo, entre o local e o global. Entorno aqui compreendido como aquilo que está em volta do sujeito e que pode ser próximo ou longe, basta estar ao seu alcance pelos diferentes meios de interações de conformidade com as diferentes variações quantitativas e qualitativas dos espaços temporais. Ou seja, o Japão é bem ali! São essas diferenças de variações que nos abrem novos caminhos e novas perspectivas de estudo da folkcomunicação na atualidade (Trigueiro, 2012).

Algumas considerações finais

Nos últimos anos venho me dedicando ao estudo das diversas situações de apropriação, incorporação e conversão – pelos ativistas midiáticos da rede folkcomunicacional – dos produtos simbólicos e materiais globalizados para consumo nas práticas da vida cotidiana das comunidades em transição, nos campos de experiências tradicionais e modernos, do local e global. Na sociedade contemporânea tudo ou quase tudo que é realizado com o outro envolve a comunicação. A mídia é uma instituição presente em quase tudo que realizamos, por isso mesmo significa dizer que na atualidade ela está envolvida direta ou indiretamente no que fazemos de importante na nossa vida privada ou pública.

Mesmo as comunidades dos mais longínquos recantos deste país estão cercadas por processos midiáticos, maiores ou menores, notadamente o rádio, a televisão e, mais recentemente o telefone celular, o computador e as redes sociais, proporcionando novas ordens de escala de tempo e de espaço, criando agendamentos da vida individual ou coletiva de determinadas comunidades. No Brasil atual é quase impossível investigar-se o cotidiano de uma coletividade ou de uma cidade sem se incluir essas novas redes sociais de comunicação. Não se pode negar que o mundo passa por profundas modificações que se relacionam diretamente com a mídia, com todo o seu poder de "afetação" e de inovações na vida social de quase todas as comunidades, e aqui as que vivem em pequenas cidades ou nas grandes cidades brasileiras e como consequência influenciam os produtores das culturas tradicionais.

Com a aceleração do tempo e maiores possibilidades de deslocamentos de um lugar para outro, o estilo de vida da sociedade contemporânea mudou consideravelmente e agora estamos vivendo a cada momento acontecimentos quase sempre produzidos por processos midiáticos. O regresso ao passado é quase impossível, pois o tempo não volta, sempre há algo de novo acontecendo. Portanto, as manifestações folclóricas têm as suas origens num passado remoto, mas estão constantemente em transformação e no mundo tecnológico o folclore não se extingue está se estendendo.

Referências Bibliográficas

Beltrão, L. (1980). *Folkcomunicação a comunicação dos marginalizados*. São Paulo: Cortez.

Beltrão, L. (2001) *Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias*. Porto Alegre: EDIPUCRS.

Benjamin, R. (2004). *Folkcomunicação na sociedade contemporânea*. Porto Alegre: Comissão Gaúcha de Folclore.

Blache, M. (1995). *Narrativa Folklórica II.* Buenos Aires: FADA.

Blache, M. (1996) Aproximación al folklore de los periodistas. *Revista de Investigaciones Folklóricas* 11,44-51

Blache, M. (2002) }. "En el mundo tecnológico el Folclore se extingue o se extiente" *Anais do IX Congresso Brasileiro de Folclore* – Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro: UESCO: Comissão Nacional de Folclore; Comissão Gaúcha de Folclore, pp.50-58.

Blache, M. y Balsano S. (2003-2004). "La cadena de transmisión mediacional en una leyenda contemporánea: El caso de las vacas mutiladas como metáfora de la crisis argentina actual". *Estudios de Literatura Oral*, 9-10: 39-55

García Canclini, N. (1999.*) La globalización imaginada*. Buenos Aires: Paidós.

Carneiro, E. (1965). *Dinâmica do folclore.* Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

Freyre, G. (1982). *Rurbanização: que é?* Recife: Editora Massangana.

De Melo, J. M. (2001). Introdução.En: *Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias.* Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001. G

Morley, D. (2008). *Medios, modernidad y tecnología: hacia uma teoria interdisciplinar de la cultura*. Buenos Aires: Gedis Editorial.

Ortiz, R. (2025) *Influência*. São Paulo: Alameda.

Santos, M, (1997). *Espaço e método*. São Paulo: Nobel.

Trigueiro, O. M. (2008). *Folkcomunicação & ativismo midiático.* João Pessoa: PB: Editora da Universidade da UFPB.

Trigueiro, O. M. (2012). Os *caminhos da folkcomunicação na atualidade: perspectivas para o século XXI*. Organizadores Boanerges Balbino Filho ...[et.el.]. Juiz de Fora, MG: Editora da UFJF.

Trigueiro, O. M. (2025) A TV Globo em duas comunidades rurais da Paraíba [recurso eletrônico], um estudo sobre a audiência da televisão em determinados grupos sociais. Campina Grande: EDUEPB. Disponível em:https://eduepb.uepb.edu.br/e-books/#:~:text=A%20Tv%20Globo%20em%20duas%20comunidades%20rurais%20da%20Para%C3%ADba%3A%20um%20estudo%20sobre%20a%20audi%C3%AAncia%20da%20televis%C3%A3o%20em%20determinados%20grupos%20sociais. Acesso em: 26 nov. 2025

Dossiê fotográfico

Peças artesanais de barro pintado em diversas cores, criadas por Luiz Antônio de Alto do Moura, Caruaru, Pernambuco, Brasil.

As obras apresentam tamanhos que variam entre 15 cm. e 35 cm.

Coleção particular de Osvaldo Meira Trigueiro. Fotografias do autor

.















