

O PATRIMÔNIO VIVO PERNAMBUCANO: uma institucionalização dos ativistas midiáticos¹

Lucy Regina Farias de Melo Miranda Costa

Formada em Relações Públicas pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Atualmente Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB (PPGC/UFPB). Contato: lucyregina@gmail.com

Oswaldo Meira Trigueiro

Graduado em Jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco (1975), mestrado em Administração Rural e Comunicação Rural pela Universidade Federal Rural de Pernambuco (1987) e doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (2004). Atualmente é professor Associado da Universidade Federal da Paraíba. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Teoria da Comunicação, atuando principalmente nos seguintes temas: mídia, cultura, folclore, televisão e folkcomunicação. Contato: osvaldotrigueiro@oi.com.br

Resumo

Alguns agentes folkcomunicacionais vêm tornando-se verdadeiros ativistas midiáticos, à medida que os mesmos fazem a mediação da cultura “folk” e os meios de comunicação. Desse modo é preciso analisar as implicações existentes nessa relação quando esses agentes folkcomunicacionais tornam-se institucionalizados. Leis como a do Patrimônio Vivo em Pernambuco buscam incentivar os detentores desse saber popular através de benefícios financeiros e da divulgação do trabalho dos mesmos, em contrapartida o Estado deseja “preservar” e promover a disseminação das manifestações populares. Neste sentido, cabe entender as novas interações desse ativista folkmidiático, a partir da institucionalização de suas atividades culturais.

Palavras-chave: Folkcomunicação. Ativista folkcomunicacional. Patrimônio Vivo. Interações.

Resumen

Algunos agentes folkcomunicacionales vienen tornándose verdaderos activistas mediáticos, a medida que los mismos hacen la mediación de la cultura “folk” y los medios de comunicación. De esa manera, es necesario analizar las implicaciones existentes en esta relación cuando esos agentes folkcomunicacionales son institucionalizados. Leyes como del Patrimonio Vivo en Pernambuco buscan incentivar los detentores de esse conocimiento popular a través de beneficios financieros y de la divulgación del trabajo de los mismos, en contrapartida el Estado desea “preservar” y promover la diseminación de las manifestaciones populares. En este sentido, cabe entender las nuevas interacciones de esse activista folkmediático, a partir de la institucionalización de sus actividades culturales.

Palabras clave: Folkcomunicación. Activista folkcomunicacional. Patrimonio Vivo. Interacciones.

¹ Trabalho apresentado no NP Folkcomunicação do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

Introdução

Foi em 1967 que o pernambucano Luiz Beltrão – jornalista e pesquisador da área de comunicação social – defendeu sua tese de doutorado que tinha como mote o estudo da folkcomunicação, que seria a comunicação do povo. Neste estudo o autor reforça a idéia de que a comunicação não é só identificada nos grandes meios comunicacionais – como os meios de comunicação em massa – mas também dentro da própria sociedade, sendo realizada por pessoas simples que utilizam linguagem própria para comunicar e disseminar suas idéias, a essas pessoas ele chamou de agentes folkcomunicacionais.

Os agentes folkcomunicacionais utilizam-se de meios como o artesanato e as manifestações populares e religiosas para comunicar suas idéias e pensamentos. Sendo assim, identificamos que o próprio Estado vem apropriando-se de ações folkcomunicacionais para desenvolverem ações em prol da preservação e disseminação dos elementos da cultura popular local.

A partir do conceito de agente folkcomunicacional, podemos compreender também o conceito do ativista midiático. O ativista midiático é configurado como sendo aquele ator social que age em prol do grupo que pertence, disseminando, divulgando e até reivindicando melhorias e visibilidade para seu grupo de origem. Para este fim, ele utiliza-se da mídia como um dos instrumentos para obter um maior alcance nas suas ações.

É nesse contexto teórico que situamos o nosso objeto de estudo: o patrimônio vivo, que, a partir da sua atual configuração, pode ser compreendido como uma tentativa de formalização e institucionalização dos ativistas midiáticos.

Para o desenvolvimento deste trabalho buscamos delimitar nosso objeto de estudo ao Registro de Patrimônio Vivo criado pelo Estado de Pernambuco, de modo a entender as relações existentes entre o Estado, através da criação da Lei que visa preservar e disseminar a cultura popular local e os produtores dessa cultura popular, que a partir de tal Lei passam a adquirir um “status” de mantenedor e representante legal dessas manifestações culturais.

No intuito de situarmos esse estudo a partir do âmbito não só da comunicação, mas também da cultura popular, é importante frisarmos o nosso entendimento de cultura popular.

Compreender tanto o folclore quanto a cultura popular significa adentrar no contexto social em que ambos os conceitos estão inseridos. Esses dois conceitos só existem dentro de uma coletividade, não podendo, pois, ser vislumbrado isoladamente.

Em 1995, no VIII Congresso Brasileiro de Folclore, em Salvador-BA, foi feita uma releitura da Carta do Folclore Brasileiro, onde estabeleceu-se que

Folclore é o conjunto das criações culturais de uma comunidade, baseado nas suas tradições expressas individual ou coletivamente, representativo de sua identidade social. Constituem-se fatores de identificação da manifestação folclórica: aceitação coletiva, tradicionalidade, dinamicidade, funcionalidade. Ressaltamos que entendemos folclore e cultura popular como equivalentes, em sintonia com o que preconiza a UNESCO. A expressão cultura popular manter-se-á no singular, embora entendendo-se que existem tantas culturas quantos sejam os grupos que as produzem em contextos naturais e econômicos específicos (p.1).

A sociedade, através de seus hábitos, costumes e tradições, constroem particularidades e identidades próprias que desembocam na construção do folclore, nesse sentido podemos compactuar com a idéia de Barreto (*apud* LUCENA FILHO, 2007, p. 43)

(...) o entendimento do folclore é o primeiro passo para a compreensão do povo em sua dinâmica vivencial, mesclada de um lazer criativo, lúdico e mágico, capaz de alimentar esperanças e expectativas e de nutrir sua própria raiz, por força do uso intra-social que ninguém tem o direito de interferir, mas sim a obrigação de preservar.

Vimos, portanto, que através das manifestações folclóricas pode-se tentar compreender a essência de uma sociedade, trazendo à tona alguns aspectos de suas raízes e identidades culturais. Entretanto, cabe ressaltar, que mesmo sendo o folclore um elemento no qual se podem resgatar antigos costumes e tradições, faz-se necessário entender que como processo sócio-cultural, o folclore também é dinâmico e mutável, sofrendo modificações e adaptações ao longo dos anos.

O folclore passará por mudanças, pois mudanças são naturais aos fenômenos socioculturais; passará por descaracterizações, perderá sua espontaneidade, mas se manterá como cultura de uma camada da população que não participa efetivamente da estrutura do poder da sociedade, e que existe em contraposição à cultura oficial (BREGUÊZ, 2003, p.109).

Pode-se constatar que as mudanças sofridas pelo folclore são decorrentes das modificações naturais sofridas pela sociedade em seu processo de evolução e como também pelo hibridismo provocado pelo contato que existe entre a cultura popular e os outros meios culturais:

o folclore mantém certa coesão e resistência em comunidades indígenas ou zonas rurais, em 'espaços urbanos de marginalidade extrema', mas mesmo ali cresce a reivindicação de educação formal. A cultura tradicional se encontra exposta a uma interação crescente com a informação, a comunicação e os entretenimentos produzidos industrial e maciçamente (CANCLINI, 2000, p.253).

Não só a cultura popular é influenciada pelas demais culturas; vemos aí um caso onde há uma “via de mão dupla” – existe não uma influência unilateral, mas sim, uma apropriação bilateral, onde ambos os lados estão propícios a absorverem elementos que não fazem parte de seu contexto.

A folkcomunicação e o ativista midiático

O termo folkcomunicação é originado a partir da fusão do termo “*folk*” cujo significado é povo, somado ao termo comunicação. De uma maneira genérica, tem-se que a folkcomunicação é aquela comunicação simples, originada do povo, proveniente de suas vivências sociais, tradições e costumes.

O precursor dos estudos folkcomunicacionais foi Luiz Beltrão que, no ano de 1967 defendeu sua tese de doutoramento sobre Folkcomunicação – um estudo dos agentes e dos meios populares da informação de fatos e expressão de idéias. Vale ressaltar que por conta do momento político brasileiro² essa tese só foi publicada, parcialmente no ano de 1971, obra intitulada: Comunicação e Folclore. Apenas no ano de 2001 é que a tese de Beltrão é publicada na íntegra pela Editora da Pontifícia Universidade Católica do rio Grande do Sul (EDIPUCRS), utilizando a expressão folkcomunicação em seu título.

Para Beltrão (1971, p.47) “as classes populares têm assim meios próprios de expressão e somente através deles é que se podem entender e fazer-se entender”. É a partir do entendimento desses meios populares que podemos compreender a folkcomunicação.

A folkcomunicação é, por natureza e estrutura, um processo artesanal e horizontal, semelhante em essências aos tipos de comunicação interpessoal já que as mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares a audiência, por sua vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador, ainda que dispersa. (BELTRÃO, 1980, p.28).

Nos estudos de Beltrão fica explícito que além dos meios convencionais e oficiais de comunicação existem as manifestações comunicacionais espontâneas, provenientes das diversas camadas sociais.

A folkcomunicação surge, portanto, da comunicação enraizada na cultura popular, nos costumes, nos meios de vida e nas tradições populares.

É no cotidiano e nas manifestações populares - tais como festas tradicionais, festejos religiosos, artesanato, artes e danças populares – que podemos vislumbrar a folkcomunicação.

² O Brasil estava em plena ditadura militar, onde havia muita repressão e censura, inclusive nos trabalhos científicos e acadêmicos, tudo deveria passar pelo crivo do governo.

É pelos meios populares de comunicação que o povo expressa e comunica seus sentimentos, expondo sua identidade cultural diante de seu contexto social.

Nesse processo de construção social e identitária podemos reconhecer os chamados agentes folkcomunicacionais que seriam justamente os responsáveis pela produção dessa comunicação vinda do povo, através de meios artesanais e populares.

Apesar de constatar que a folkcomunicação, por sua forma e origem conceitual, origina-se na cultura popular, verificamos que a mesma já há algum tempo não se restringe ao seu local de produção, muito menos às comunidades e às sociedades as quais a mesma está vinculada. As mídias tradicionais como o rádio, o jornal e a televisão, além das mídias recentes, tal como a internet, vem apropriando-se destes meios populares.

Um exemplo clássico deste tipo de apropriação pode ser visto durante manifestações populares, tais como o carnaval e as festas religiosas ao longo do ano. Percebe-se que a mídia procura dar ênfase a esses acontecimentos em determinadas épocas do ano, visto que essas manifestações são próprias da sociedade e as mesmas contribuem para a construção identitária local. É nesse contexto que as mídias vão buscar os agentes folkcomunicacionais que são representativos nesse contexto cultural, abrindo espaço para a atuação do que conhecemos como ativistas midiáticos.

O ativista midiático é aquele que, através dos meios de comunicação é capaz de inserir a cultura “folk” dentro das pautas midiáticas, fazendo-se visível e tornando a cultura popular algo valorativo no contexto midiático, ultrapassando os limites de sua comunidade.

De um modo geral o ativista midiático é aquele ator social que se destaca no seu trabalho popular, e por isso vai conquistando espaço nas pautas midiáticas, obtendo inclusive um certo “status” de autoridade para tratar de assuntos pertinentes a sua produção cultural. Esse ativista torna-se então uma figura representativa daquela manifestação, ou seja, torna-se um verdadeiro ícone cultural, através da exposição da sua produção cultural.

Em se tratando de apropriações, não podemos considerar que este processo se dá por uma via única, onde apenas a mídia se apropria dos meios populares, mas, os meios populares também procuram se apropriar da mídia para a divulgação de seus trabalhos. Ressalta-se ainda que muitas manifestações populares, pelo alcance que têm conseguido a partir da mídia, têm se transformado em verdadeiras manifestações midiáticas.

O Patrimônio Vivo no contexto da folkcomunicação

Antes de situarmos nosso objeto de estudo no campo da folkcomunicação, faz-se necessário uma breve explanação do que se entende por Patrimônio Vivo Pernambucano, conforme a Lei criada para regulamentá-lo.

A lei do Registro do Patrimônio Vivo de Pernambuco (RPV-PE), Lei nº 12.196, foi aprovada durante o governo de Jarbas Vasconcelos em maio de 2002. A já mencionada Lei é de autoria de Raul Henry, o então secretário de Educação e Cultura à época.

De acordo com a referida Lei, o Estado, poderá registrar como Patrimônio Vivo Pernambucano pessoas físicas ou jurídicas que possuam conhecimentos ou técnicas necessárias para a produção e preservação da cultura popular ou tradicional de comunidades pernambucanas.

O Registro de Patrimônio Vivo do Estado de Pernambuco – RPV é realizado a partir de indicações, onde esses produtores e disseminadores da cultura popular precisam preencher alguns requisitos mínimos para poderem beneficiar-se da Lei.

O critério para ser concedido o título de Patrimônio Vivo a pessoas naturais ou grupo de pessoas, de personalidade jurídica ou não, é que as mesmas sejam detentoras de conhecimentos ou técnicas necessárias para a produção e para a preservação da cultura popular pernambucana. Além disso, as pessoas, ou grupos de pessoas devem estar em plena atividade em prol desta cultura popular, tendo desenvolvido essas atividades por pelo menos 20 anos, além de ser residente no Estado de Pernambuco por pelo menos igual período, deste modo, esta Lei não permite o registro póstumo de mestres da cultura popular. É relevante acrescentar que para ser registrados como patrimônio vivo a pessoa ou grupo de pessoas devem estar aptos a transmitirem esses conhecimentos e/ou técnicas populares.

A contrapartida e os benefícios dados pelo Estado através dessa Lei é que a pessoa ou grupo beneficiado adquire o direito de utilizar o título de Patrimônio Vivo de Pernambuco e ainda recebe um valor de ajuda de custo mensal. Em contrapartida, o Patrimônio Vivo faz a cessão, ao Estado, da utilização dos conhecimentos e técnicas produzidas, para fins de divulgação, sem fins comerciais e lucrativos este também deve ficar à disponibilidade para programas que possam vir a ser realizados pela Secretaria de Cultura de Pernambuco, a fim de divulgar e repassar as técnicas e/ou conhecimentos para aprendizes.

A partir daí, atenta-se que através dos trabalhos e da produção cultural dessas pessoas e grupos, parte da cultura popular pernambucana é preservada e disseminada, o que torna essas pessoas e grupos verdadeiros ativistas folkcomunicacionais. Em contrapartida temos



também que a partir desse reconhecimento dessa visibilidade, esses atores sociais e grupos artísticos extrapolam os limites de suas comunidades, tornando-se um elemento midiático através de suas inserções nas pautas jornalísticas, seja por meio impresso, eletrônico ou digital.

Nesse sentido, identificamos o patrimônio vivo como produtores da chamada folkcomunicação e deste modo podemos configurá-los como ativistas midiáticos.

As apropriações midiáticas do Patrimônio Vivo pernambucano

As mensagens midiáticas, em especial as televisivas, são elementos importantes para informar, divulgar, divertir e até mesmo educar os telespectadores.

Dentro das pautas midiáticas muitas vezes são inseridas temáticas que abordam a cultura popular pernambucana, é nesse momento que, algumas vezes este meio se apropria da produção cultural e até mesmo da vivência daqueles reconhecidos como Patrimônio Vivo de Pernambuco. Utilizando esses ícones como protagonistas ou elementos figurativos dentro de suas programações, o que também contribui para a disseminação da identidade cultural popular pernambucana, além de favorecer a visibilidade dos produtores deste tipo de cultura.

Entender como se dá a mediação entre esses atores sociais, produtores desse tipo de cultura – nesse caso os considerados Patrimônio Vivo de Pernambuco – e a mídia, permite a compreensão da inserção da cultura popular nos meios de comunicação de massa e ainda possibilita verificar como esses ativistas folkcomunicacionais se projetam diante desses meios.

É neste sentido que a cultura popular está inserida nas pautas e é nesse ponto que a TV influencia e é influenciada pela cultura local. A partir das interfaces e das convergências entre mídia, da cultura popular e do cotidiano que cabe a reflexão a cerca dos papéis sociais desempenhados por esses atores, bem como das representações por eles vivenciadas, tanto no cenário cotidiano quanto no midiático.

Vemos que através da interação dos considerados patrimônios vivos com o meio no qual estão inseridos é que podemos analisar o papel por eles desempenhado e é a partir da interação dos mesmos com a mídia que podemos identificar quais as representações que surgem. É possível verificar essas representações através da produção cultural, das manifestações populares, dos rituais.

É através desses elementos culturais que essas camadas populares expressam sua realidade social, seus pensamentos, suas vivências, sua cultura, é deste modo que constroem sua identidade, agindo como verdadeiros agentes folkcomunicaçãois.

A fim de tentar compreender como o papel social ocupado pelo Patrimônio Vivo Pernambucano e também entender como se dá a interação social desses atores sociais, utilizamos o pressuposto sociológico da corrente do interacionismo simbólico proposta por Goffman, onde o mesmo expõe que os indivíduos no cotidiano podem ser compreendido a partir das representações.

Para essa corrente sociológica é como se a sociedade fosse um grande palco, onde nós, indivíduos e atores sociais estamos constantemente atuando, representando papéis. É a partir dessas representações e destas interações sociais que os indivíduos se relacionam e também constroem sua vida cotidiana, seus hábitos, seus costumes, sua cultura:

A interação e as identidades sociais são permanentemente negociadas. Há uma paz social provisória e efêmera; as situações sociais contêm em seu interior um complexo de comportamentos que não se baseiam apenas na etiqueta, na atenção cortês; há uma desatenção cortês que encarna as situações e que expressa comportamentos, expectativas e valores como subjetivamente adequados a um determinado momento (TEDESCO, 2003, p.68-69).

Esses aspectos de representações na vida cotidiana podem ser transpostos para a mídia e é justamente na mídia que estas representações tornam-se mais visíveis e espetacularizadas. A mídia ao se apropriar dos elementos advindos das culturas populares, transferindo esses elementos para o contexto midiático acaba por construir o que Roberto Benjamin (2004) denomina de folkmídia.

No contexto folkmidiático, vislumbramos outra representação dos elementos culturais, se antes esses elementos eram construídos na naturalidade do dia-a-dia das camadas marginalizadas, agora eles passam a ser construídos para serem apresentados à grande massa midiaticizada. A partir da premissa anterior pode-se inferir que a produção já passa a realizar-se para atender os padrões da representação midiática, algo muitas vezes corriqueiro na comunidade passa a ser um verdadeiro espetáculo.

Considerações finais

Acerca do patrimônio vivo já podemos verificar certa mudança de papel social desses atores sociais a partir de sua institucionalização. Anteriormente, sem o reconhecimento institucionalizado do Estado, tínhamos que estes atores sociais possuíam apenas o

reconhecimento público, sendo meros produtores de cultura, com a criação da Lei que os reconhecem como patrimônio vivo, estes passam a desempenhar outro papel: o de disseminador dos saberes populares a outras gerações, preservador dessas manifestações culturais. Deste modo estes atores sociais, bem como sua produção artístico-cultural passam a ser incentivados e protegidos pelo Estado.

Verificando que há uma modificação das relações existentes entre o Estado e estes atores sociais, conseqüentemente verifica-se que existe também uma modificação nas suas interações cotidianas. Se antes estes produtores culturais produziam apenas por prazer e para a sobrevivência (principalmente como é o caso dos artesãos), agora estes têm a autoridade de serem detentores de saberes populares que devem ser repassadas às demais gerações.

É nesse meio de representações que reside nossos principais questionamentos. De que modo, ao tornar-se patrimônio vivo, esses atores sociais exercem seus ativismos folkmediáticos? De que modo as representações midiáticas interferem nessas produções culturais?

Para responder esses questionamentos cabe-nos verificar algumas premissas que veremos posteriormente.

Primeiramente, os considerados patrimônios vivos, ao possuir um reconhecimento maior, acabam por ganhar mais espaço na mídia, possibilitando que os mesmos consigam desenvolver ainda mais o seu ativismo midiático, levando aos telespectadores um pouco de seu trabalho, de sua vivência, de sua cultura.

Verifica-se ainda que, por tornar-se pauta midiática, essas manifestações e produções culturais passam também pelo aspecto da encenação, da representação social, porque não dizer da espetacularização.

Para nós, portanto é necessário compreender “o que a mídia faz com a sociedade e o que a sociedade faz com os bens culturais veiculados pela mídia” (TRIGUEIRO).

Deste modo, como foi posto ao longo deste artigo, entendemos que a melhor possibilidade de entender o campo social se dará através do entendimento das interações sociais e simbólicas.

A partir dessas representações culturais e das apropriações dessas representações no campo midiático que poderemos tentar entender as interações e os papéis sociais desempenhados tanto pela mídia quanto pelo patrimônio vivo.

Outro aspecto a ser levado em consideração é justamente o impacto das interações da cultura popular com a mídia nas comunidades originárias desse tipo de cultura.

Apesar de todas as premissas já expostas ao longo desse estudo, a principal área a ser levada em consideração nesse momento é justamente a interferência do Estado na produção nessas manifestações populares registradas como Patrimônio Vivo.

Ao tornarem-se Patrimônio Vivo, esses saberes e essas manifestações populares, passam, de certo modo, a pertencerem ao Estado. Um dos requisitos para continuarem sendo considerados Patrimônio Vivo é que as pessoas físicas e jurídicas registradas e beneficiadas pela Lei Raul Henry, continuem desenvolvendo atividades artísticas-culturais, além de contribuírem para a difusão e a manutenção dessas sabedorias populares.

Entendendo que a Lei exige essa produção, difusão e manutenção desses trabalhos culturais, podemos vislumbrar que esses processos artístico-culturais populares, bem como seus produtores, passam a ter outra formatação dentro do seu contexto social e porque não dizer comunicacional.

Se antes esses ativistas folkcomunicacionais possuíam uma comunicação artesanal e espontânea, que refletia suas vivências dentro de sua comunidade, agora eles passam a representar não apenas sua comunidade, mas, seu Estado.

Nessa relação de representar a Cultura Popular do Estado, o Patrimônio Vivo torna-se um ativista folkmidiático institucionalizado, pois, o mesmo passa a obedecer padrões e regras de produção artístico-cultural, bem como de exposição na mídia e na sociedade como um todo.

Não é mais apenas o espaço da mídia que esses ativistas ocupam, mas, é também o espaço formalizado e regulamentado pelo Estado.

Uma das hipóteses que pode ser uma tentativa de compreender essa nova formatação do ativista folkmidiático seria a questão que, por mais globalizada que a sociedade esteja hoje, mais há a necessidade de se tornar único, ou seja, por mais que as sociedades absorvam elementos advindos de outras culturas, mais elas próprias desejam firmar-se como únicas, dotadas de sua identidade própria, dotadas de elementos que as identifiquem no meio das demais culturas.

Assim, o Estado entende essa necessidade de tornar-se único e diferenciado diante dos demais, e essa diferenciação pode ser feita através de sua cultura popular. E é desta forma que Pernambuco e outros estados brasileiros vêm agindo para a preservação e disseminação de suas identidades. Mecanismos como Leis vêm sendo criados para que haja um incentivo a continuidade das manifestações populares.

A partir dessa premissa identificamos que cada vez mais não os meios de comunicação estão apropriando-se de elementos da cultura popular para se promover, mas, também o Estado vem fazendo essa apropriação.

É a comunicação e a cultura popular alcançando dimensões institucionalizadas, ela passa a representar formalmente não só a cultura de sua comunidade original, mais a representar a esfera pública estatal. O Estado então apropria-se desses produtores e suas respectivas produções para firmar-se diante da sociedade.

Referências:

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação – A comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.

_____. **Comunicação e folclore**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação e expressão de idéias. São Paulo: Melhoramentos, 1971.

BENJAMIN, Roberto Emerson Câmara. **A teoria da folkcomunicação e o pioneirismo de Luiz Beltrão**. In: Folkcomunicação na Arena Global: avanços teóricos e metodológicos. / Cristina Schmidt (org.). São Paulo: Ductor, 2006.

_____. **Folkcomunicação no contexto da massa**. João Pessoa: Ed. Universitária/ UFPB, 2000.

BREGUÊZ, Sebastião Geraldo. **Os estudos de folkcomunicação hoje no Brasil**. Revista Internacional de Folkcomunicação – nº1, p.105-110, 2003. Disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco/revistafolkcom/Revista.pdf>. Acesso em: 24 de jan.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas**. São Paulo: Edusp, 2000.

_____. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: EDUSP, 1997.

LUCENA FILHO, Severino Alves de. **A festa junina em Campina Grande-PB**: uma estratégia de folkmarketing. João Pessoa: Editora Universitária, UFPB, 2007.

MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios Ed. 1995.

PAIS, José Machado. **Vida Cotidiana**: enigmas e revelações. São Paulo: Cortês, 2003.

TEDESCO, João Carlos. **Paradigmas do cotidiano**: introdução à constituição de um campo de análise social. 2ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC: Passo Fundo: UPF, 2003. Capítulo 3 = O interacionismo simbólico

TRIGUEIRO, O. **Globalização e Identidade Cultural**. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/trigueiro-osvaldo-globalizacao-identidade.html>> . Acesso em 10 de nov. de 2006.

_____. **A Folkcomunicação e as múltiplas (inter)mediações culturais da audiência da televisão**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/trigueiro-osvaldo-folkcomunicao.pdf>. Acesso em 02 de setembro de 2007.

_____. **O ativista midiático da rede folkcomunicacional**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/trigueiro-osvaldo-ativista-midiatico.pdf> . Acesso em: 27 de julho de 2007.