

Arqueologia conceitual de um tempo passado mediatização, tradição e folkmídia¹

*Maria Érica de Oliveira Lima²
Fernando Fischman³*

Submetido em: 24/07/2024

Aceito em: 27/10/2024

RESUMO

Produzido durante o pós-doutorado na Argentina, de caráter ensaístico, em alguns momentos estabelecemos como uma “conversa informal” ou memória acadêmica junto ao supervisor da pesquisa, valorizando a parceria e as contribuições durante o estágio. Enfatizamos os percursos num exercício retórico conceitual da mediatização, da tradição e do folkmídia, utilizando autores das Ciências Sociais e da Comunicação. Revisão de literatura como técnica de pesquisa. Os objetivos são a construção teórica da mediatização e a inserção acerca da tradição, alterando seu curso no tempo, a impactar-se pelos meios de comunicação e pela tecnologia; e a apropriação de uma indústria da comunicação e da mídia perante as manifestações populares, como intitulamos no conceito de folkmídia. Finalizamos com o contexto mediatizado entre tecnologia, rede e linguagens múltiplas nos aspectos de tradição a

¹ Parte integrante do Relatório Pós-doutorado realizado na Argentina. Pesquisa na FLACSO e UBA. Assinatura do ensaio em conjunto com o pesquisador Dr^o. Fernando Fischman (UBA), supervisor, a quem agradeço por sua contribuição no ato da investigação, reflexão e recepção na Universidade. Em alguns momentos o ensaio se encontra em primeira pessoa devido ao caráter memorialista, todavia, o pensamento reflexivo e a escrita foram em dupla.

² Professora do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (UFC). Doutora em Comunicação (Universidade Metodista de São Paulo e Universidade Fernando Pessoa, Porto, Portugal). Mestre em Comunicação (Universidade Metodista de São Paulo). Investigadora colaboradora do CITCEM – Centro de Investigação Transdisciplinar “Cultura, Espaço e Memória” da UP, Portugal; Emerge - Centro de Pesquisas e Produção em Comunicação e Emergência da UFF e GREC – Grupo de Estudos sobre Cibermuseus, UFBA. Correio eletrônico: mercial@uol.com.br

³ Doutor em Antropologia (Universidad de Buenos Aires), Mestrado em Artes (Folklore Institute, Indiana University, EUA), licenciado em Ciências Antropológicas (Universidad de Buenos Aires). Pesquisador do Instituto de Investigaciones Sociales de America Latina – FLACSO/CONICET). É Diretor do Diploma Superior em Migrações, Mobilidades e Interculturalidade na América Latina. Seus interesses de pesquisa são relações interculturais, diáspora judaica, relação judaico-coreana argentina e mobilidade acadêmicas no contexto da cultura e tradição. Autor do livro “Folklore y Comunicación: enfoques para el análisis cultura”, juntamente com Cristian Yáñez Aguillar. Universidad de La Frontera, 2022, Chile. Correio eletrônico: ffischman@sinectis.com.ar

sofrerem rupturas, mesclando, gradativamente, uma batalha entre valores de permanência e adaptações.

PALAVRAS-CHAVE

Mediatização; Tradição; Folkmídia; Revisão de literatura.

Conceptual archeology of a past time: mediatization, tradition and folkmedia

ABSTRACT

Produced during the post-doctorate in Argentina, it is an in an essayistic form, and at times it is established as an “informal conversation” or academic memoir with the research supervisor, valuing the partnership and contributions during the internship. We emphasize the paths in a conceptual rhetorical exercise of mediatization, tradition and folkmedia, using authors from the Social Sciences and Communication. A literature review as a research technique, the objectives are the theoretical construction of mediatization and the insertion of tradition, altering its course over time, being impacted by the media and technology; and the appropriation of a communication and media industry in the face of popular demonstrations, as we call it in the concept of folkmidia. In a mediated context between technology, the network and multiple languages, aspects of tradition undergo ruptures, gradually merging a battle between values of permanence and adaptation.

KEY-WORDS

Mediatization; Tradition; Folkmedia; Literature review.

Arqueología conceptual de un tiempo pasado: mediatización, tradicción y folkmídia

RESUMEN

Producida durante el posdoctorado en Argentina, de carácter ensayístico, en ocasiones la establecimos como una “conversación informal” o memoria académica con el director de investigación, valorando el compañerismo y los aportes durante la pasantía. Destacamos los caminos en un ejercicio retórico conceptual de mediatización, tradición y folkmedia, utilizando autores de las Ciencias Sociales y de la Comunicación. La revisión de la literatura como técnica de investigación, tiene como objetivos la construcción teórica de la cobertura mediática y la inserción de la tradición, cambiando su rumbo en el tiempo, siendo impactada por los medios y la tecnología; y la apropiación de una industria comunicacional y mediática frente a las manifestaciones populares, como llamamos al concepto de folkmídia. En un contexto mediado entre tecnología, red y múltiples lenguajes, aspectos de la tradición sufren rupturas, mezclando gradualmente una batalla entre valores de permanencia y adaptaciones.

PALABRAS-CLAVE

Mediatización; Tradición; Folkmídia; Revisión de la literatura.

Introdução

Outro dia, nas trocas de mensagens sobre Comunicação, Cultura, Folclore, comentando sobre fenômenos diversos com o professor Dr. Fernando Fischman, supervisor do meu pós-doutorado na Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) e Universidad de Buenos Aires (UBA), estabelecemos refletir sobre tradição e mediação.

Depois de algumas semanas, ao fazer o estado da arte e na busca de inspiração para um recomeço de um novo artigo, (...) me enviou o texto de Charles L. Briggs (2020) a abordar perspectivas do folclore e meios de comunicação; mediação e algumas definições; tradição e *tradicionalización*; o *folklorismo*, a *folklorización* e o *folkloresco*; o entrelaçamento da mediação e *tradicionalización*. As intersecções críticas entre a “tradicionalização” – numa tradução livre – e a mediação que perpassam, no artigo, com alguns exemplos práticos cujo autor Briggs (2020) cita o papel da mediação, as dimensões ideológicas, e comenta películas da Disney, obras dos irmãos Grimm; a questão da COVID-19.

Ao finalizar o artigo de Briggs (2020), fiquei com a sensação de ler autores (as) que já foram feitas há tempos, mas que não foram pontuadas antes por mim, como por exemplo, pensar a tradição e a mediação⁴. Ponderar também no folclore e seu processo de visibilidade pelo viés mediático. No tom nostálgico, porém muito atual, iniciei pela minha biblioteca a separar obras que traçavam um mapa conceitual levando-me a propósito de exercício de meses, de um trabalho solitário, como muito acometem os (as) pesquisadores (as).

Numa dessas viagens a São Paulo, não me recordo o ano, passeando pelas livrarias e sebos, encontrei o clássico livro “Cultura Popular – românticos e folcloristas” de Renato Ortiz (1992). Com suas 101 páginas tão ricas em notas e referências, eu li, na época, numa velocidade que hoje já não me pertence mais. A concentração também mudou de estágio, a dispersão aumentou pelo excesso de tecnologia e plataformas... por isso, fazer um artigo não exige somente vontade, tempo, reflexão, entrega, ou cobrança de prazos burocráticos. Sentar-se, ler, refletir, escrever, anotar está sendo uma prática a nos exigir ainda mais. Por isso, compreendo quando meus alunos (as) da Pós-graduação expressam os bloqueios, dificuldades, falta de ânimo na atividade de pensar o fenômeno e escrever. Porém, temos que

⁴ Em alguns momentos no texto a palavra mediação também poderá estar escrita como mediação utilizada em Portugal.

nos desligar totalmente desse mundo tão materialista e fazer do hábito de ler e escrever mais do que técnica, e sim, um processo criativo e de entrega.

Foi neste âmbito, de leitura criativa e dos fenômenos que me lembrei do nosso grupo de pesquisadores (as) da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação – Rede Folkcom e nos tantos alunos e alunas que se dedicam a estudar Cultura, Mídia, Processos Comunicacionais. Na apresentação do livro de Ortiz (1992) ele constitui um cenário de discussão sobre cultura popular que mesmo sendo este do século passado, torna-se muito vigente com a introdução de novos aparatos na sociedade, como as tecnologias de informação e novas formas de interação.

Comenta-se, Ortiz (1992) de uma literatura que foi construída em cima de uma perspectiva popular atribuída as manifestações concretas, também ao termo mais abrangente “popular enquanto sinônimo de povo” e claro, sem considerar também na ligação entre cultura popular e a questão nacional.

Ortiz (1992) vai falar do caráter político que toma essa discussão e nos inquirir, até hoje, avaliar se essa cultura atinge o caráter transformador. Ortiz (1992, p.6), diz: “o folclore necessita ser trabalhado politicamente para se transformar em ‘bom senso’, a realidade das classes populares deve ser entendida e orientada por princípios éticos e políticos”.

No “Romântico e Folcloristas”, Ortiz (1992) faz uma “arqueologia do conceito” cultura popular, mas antes, porém, volta-se às raízes históricas para compreender o termo “popular”. Não será esse ponto aqui explorado por mim, contudo, não poderei deixar de pensar o quanto para chegarmos num fenômeno folclórico midiaticizado, por exemplo, não pensarmos na realidade das classes subalternas que tiveram muito de seu cotidiano sistematizado pelos folcloristas e reflexão sobre a tradição popular. Por isso, Ortiz (1992, p. 7) faz o esforço de buscar entender como os “inventores do folclore procuraram organizar e difundir seu material. E como a ideia de cultura popular se configura como categoria de análise”.

Ortiz diz ainda, na sua apresentação, que o fenômeno revela muito do pensamento daqueles que sistematizaram o conceito de cultura popular “muito sobre a ideologia dos que coletaram” (1992, p. 7), não pelo fenômeno em si, mas por aqueles que o perceberam.

À medida que avançava na releitura de “Românticos e Folcloristas” lembrei-me dos estudos ingleses da cultura popular e da “absorção da Antropologia, como disciplina fundadora do folclore” (Ortiz, 1992. p. 8). Não obstante, relacionando com a América Latina,

Ortiz (1992) pontua que tanto no Brasil quanto no continente latino-americano a vertente desse campo sobrevaloriza a potencialidade das manifestações populares como força transformadora e renovadora. Sim, por suposto, creio que essa potencialidade continua até hoje o que nos faz também pensar na tradição.

A despeito de contemplar a condição da tradição e da me (mi)diatização⁵ exige repensar o quanto esses dois conceitos estão ligados no âmbito da Cultura Popular e no Folclore. Para isso, buscou-se levantamento bibliográfico num estado da arte de revisitação às obras selecionadas e um esforço qualitativo de pesquisa. Portanto, seguimos na proposta de pensar a midiatização, só que com outras nuances a acrescentar na análise.

Caminar juntos: me (mi)diatización y tradición

Examinar o conceito de me (mi)diatização, a primeira lembrança da ideia estava lá no Mestrado em Comunicação, em 1998, na Universidade Metodista de São Paulo quando fazia leituras nas disciplinas de Historiografia da Comunicação, Comunicação Internacional, Teorias e Ensino da Comunicação. Afirmando que foi na obra de John B. Thompson (1998) “Midia e modernidade: uma teoria social da mídia” que eu tive a primeira noção sistematizada das ações, comunicação, midiatização e mediação. Os conceitos são diferentes e como não deixar de memorar do Colóquio Internacional, na Umesp, cujo pesquisador maior Jesús Martín Barbero, esteve conosco a compartilhar trajetória, pensamentos, conhecimento e cotidianidade, dentro do CELACOM⁶ 98. Foi uma semana muito rica, inesquecível. O objetivo, como bem registrou a pesquisadora brasileira Maria Cistina Gobbi (1999, p. 128) foi “tais eventos destinam-se a fazer história, com a participação dos seus protagonistas”. Na época, Gobbi (1999) ouviu o idealizador do projeto, o então coordenador do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Diretor Científico da Cátedra Unesco/Umesp, o pesquisador e professor José Marques de Melo, que maravilhosamente nos proporcionava, enquanto alunos e alunas, grandes imersões à literatura: “Nesse sentido é que vamos dedicar cada edição a

⁵ A partir de agora vou utilizar essa grafia me (mi)diatização para tentar contemplar no estilo do Brasil e noutros países.

⁶ O CELACOM era o Ciclo de Estudos da Escola Latino-americana de Comunicação que teve sua segunda edição em 1998 destacando vida e obra de Jesús Martín Barbero.

uma personalidade ou instituição criadora de conhecimento comunicacional relevante”, afirmou José Marques de Melo (GOBBI, 1999, p.128).

No decorrer dos estudos de Mestrado e Doutorado na Universidade Metodista de São Paulo (final dos anos 90 e começo dos anos 2000) sempre tivemos acesso aos mais diversos encontros, argumentos, estudos, metodologias, investigações, até porque tínhamos ebulição nos contatos que eram bem frutíferos desde São Paulo e demais países da América Latina, Portugal e Espanha, por exemplo, tendo a presença da Cátedra Unesco Umesp com recursos para pesquisa, eventos, congressos, lançamentos. Era um grande estímulo da inserção do corpo discente nas melhores discussões da época. Foi neste prisma que também recorro da obra do professor Ciro Marcondes Filho, da ECA USP, quando lançou o Dicionário de Comunicação. Revisitando o trabalho de Ciro Marcondes a trazer a questão da midiatização ou mediatização pude, então, reorganizar o seguimento do estudo.

Midiatização ou Mediatização, segundo Marcondes Filho (2000), no seu clássico “Dicionário da Comunicação” está relacionada tanto no senso comum quanto no dicionário lexical como presença dos meios de comunicação na sociedade contemporânea. Todavia, Marcondes Filho (2000) explica que a sociedade em “vias de mediatização” sucede de uma intrincada multiplicação comunicacional a partir de intensivo processo de modificação, alteração de tecnologias em meios, avultando novo elemento comunicativo, expansivo.

Por conseguinte, “a mediatização, fenômeno em processo, transcende assim o ‘campo midiático’ propriamente dito, embora dele retire os elementos que vão instituir forma e dinâmica de uma sociedade em transformação” (MARCONDES FILHO, 2000, p. 326).

O conceito de me (mi)diatização não necessita de uma teoria específica, própria ou de uma metodologia, mas se compõe partir de aportes da realidade, do contexto social contemporâneo. Não obstante, a expressão não é apenas uma averiguação histórica observada. A manifestação tem complexificação, problematização – “ângulo especial de questionamento sobre aquela realidade, podendo acionar teorias e metodologias diversas” (MARCONDES FILHO, 2000, p. 327).

Por isso, no pensamento de Ciro Marcondes dilatando essa observação e diagnóstico do fenômeno “A mediatização não se restringe às ações dos meios de comunicação, mas envolve, abrangentemente, o ambiente cultural em que o mundo contemporâneo se elabora. Podemos considerar que a mediatização é a principal mediação acionada pela sociedade

contemporânea” (2000, p. 327) e assim sendo, expomos alguns conceitos nucleares segundo nosso autor supracitado:

Tabela 1 - Conceitos nucleares da mediatização

Interações
Usos e práticas sociais
Circulação
Circuitos
Dispositivos (em diversos aspectos)
Processos de transformação
Inferência e código
Estratégias discursivas e enunciativas
Ambiência Comunicacional

Fonte: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). *Dicionário de Comunicação*. São Paulo: Paulus, 2000.

(*) Elaborado pela autora do artigo.

Em cima da reflexão dos conceitos nucleares de Marcondes Filho, pensei na obra “Mediatização da política na era das redes sociais” da pesquisadora portuguesa Rita Figueiras (2017) quando nos traz o conceito de mediatização “como um termo usado para explicar a crescente influência social dos *media* na sociedade e a disponibilidade de várias instituições sociais”... (p. 17). “A mediatização diz assim respeito a um processo de mudança social no qual os *media* tornaram-se crescentemente influentes”⁷ (p.12).

De acordo com Figueiras, “os *media* são, simultaneamente, parte do tecido da sociedade e uma instituição independente que se interpõe entre outras instituições sociais, ao mesmo tempo que coordena muitas dessas interações” (2017, p. 12).

Por suposto que a me (mi)diatização não só se direciona no procedimento de transformação social a partir de alteração impelida e levada pelos *media*, como também explora a potência crescente que os *media* têm de agir, infundir as diferentes instituições. Diante disso, a me (mi)diatização tem por sustento o pressuposto de que os *media* formam

⁷ Segundo Figueiras (2017) autores importantes para o conceito: Asp e Esaiasson, 1996; Hjarvard, 2004, 2008; Lundby, 2009; Mazzoleni, 2008; Strömbäck, 2008).

um sistema, um complexo, independente das outras organizações sociais, ainda que na mutualidade (FIGUEIRAS, 2017).

No livro da pesquisadora portuguesa, Rita Figueiras (2017) ela faz uma citação que nos chamou muita atenção: “hoje todas as instituições sociais são instituições de *media*” (ALTHEIDE; Robert SNOW, 1991, ix). O que basicamente essa afirmação nos quer dizer? De modo geral, os meios de comunicação, intitulamos também de *mass media*, tornaram-se tão significativos que a sua racionalidade, congruência, – configuração, formatos, linguagem, conteúdos, prática e ritmos – colaboram para mudar a perceptibilidade pública e esta tornou-se sentido de visibilidade *me (mi)diática* conduzida por seus princípios de aplicação (THOMPSON, 2005).

Na sociedade globalizada, integrada e executada em rede e matizada por *media* tradicionais e sociais, como diz Thompson (2005, p. 47) os intensos fluxos comunicacionais e produções, alterando o cotidiano, diluindo percepções, enfim:

quotidianamente produzida uma miríade de conteúdos que circulam de forma trans-mediática. No ambiente digital contemporâneo de intenso fluxo comunicativo, de múltiplas plataformas e canais, e onde noções de centro ou de *media* dominantes se diluíram, os indivíduos ganharam um papel preponderante da definição da relevância dos conteúdos produzidos por si, mas também pela própria indústria mediática. (THOMPSON, 2005, p. 47)

Não obstante, é sabido que a Internet propulsou a recomposição do mercado da informação. Thompson (2005) cita, claramente, que se por um lado, a era digital proporcionou a ampliação do espaço e do movimento noticioso, por outro lado, trouxe contração ao mercado da informação, com a derrocada do modelo de negócio das empresas noticiosas. “A percepção da Internet como um meio de comunicação gratuito e a crescente relevância dos *media* sociais – potenciada por *smartphones* e *tablets* –, como exemplos alternativos de produção, disseminação e consumo da informação, conduziram à diminuição do valor comercial e simbólico do trabalho jornalístico” (THOMPSON, 2005, p. 47).

Embora o novo contexto “digital tenha levado à racionalização (cortes de recursos humanos), à mercantilização (notícias como mercadoria) e à homogeneização de conteúdo” (FENTON, 2010, p.45), não evitou a crise e insolvência do modelo de negócio do jornalismo,

por exemplo, desde a sua industrialização, na segunda metade do século XX, e que por enquanto ainda se encontra indefinido.

A fim e ao cabo, a me (mi)diatização metodiza-se, pois, “como um processo que não se desenvolve num sentido único” (DEACON e STANYER, 2014; LIVINGSTONE, 2014) autores citados por Figueiras (2017), que não mostra para onde se encaminha o seguimento de mudança, mesmo sendo seus resultados parecidos em diferentes atribuições. “Deste modo, a mediatização desenvolve-se a tempos e ritmos diversos em diferentes instituições no mesmo país (exemplo: a política, a religião, a ciência), dentro de uma mesma instituição (exemplo: partidos no governo e os partidos da oposição) e em diferentes contextos (exemplo: em momentos eleitorais e durante o ciclo legislativo)” (FIGUEIRAS, 20017, p. 98).

Tencionei no contexto me (mi)diatizado a pensar a tradição. Qual lugar está esse pensamento de tradição? É uma pergunta muito ampla, ao mesmo tempo vaga e desafiadora e cuja resposta não sei precisar categoricamente. Todavia, exercitando nas consultas das obras em caráter de releitura e no empenho de uma extensão atual, arrisco-me ponderar no legado de outras temporadas a apesentar demais argumentos que veremos a seguir.

Arcabouço da tradição no cenário me (mi)diático

Uma das mais poderosas heranças do pensamento social clássico é a ideia do que, com o desenvolvimento das sociedades modernas, a tradição vá gradualmente perdendo importância e finalmente cesse de desempenhar algum papel significativo na vida cotidiana da maioria dos indivíduos. Tradição, se presume, é uma coisa do passado (em mais de um sentido) e “sociedades modernas” contrastam de um modo geral com ‘sociedades tradicionais’ que as precederam.

Antes do desenvolvimento da mídia, a compreensão que muitas pessoas tinham do passado e do mundo além de seus imediatos ambientes era modelada principalmente pelo conteúdo simbólico intercambiado em interações face a face. Para a maioria das pessoas, a noção de passado, do mundo além dos seus locais imediatos e de suas comunidades socialmente limitadas, das quais foram parte, era constituída principalmente através das tradições orais que foram produzidas e reproduzidas nos contextos sociais da vida cotidiana. Com o desenvolvimento da mídia, contudo, os indivíduos puderam experimentar eventos,

observar outros, e, em geral, conhecer mundos – tanto reais quanto imaginários. Foram incessantemente atraídos por redes de comunicação que não tinham mais um caráter de interagir face a face. Além disso, à medida que os indivíduos tiveram acesso aos produtos da mídia, eles puderam também manter um certo distanciamento do conteúdo simbólico das interações face a face e das formas de autoridade que prevaleciam em seus contextos sociais. Para chegarem a um sentido de si mesmos e das possibilidades que lhes eram abertas, os indivíduos chegaram a confiar cada vez menos no conteúdo simbólico transmitido pelas interações face a face e pelas formas localizadas de autoridade. O processo de autoformação tornou-se mais reflexivo e aberto, no sentido de que os indivíduos recorriam cada vez mais aos próprios recursos e ao conteúdo simbólico transmitido pela mídia para chegarem à identidade coerente para si mesmos.

Esses desenvolvimentos enfraqueceram a tradição? Segundo Thompson (1999) não necessariamente. Pois as tradições transmitidas oralmente continuaram a desempenhar um papel importante na vida cotidiana de muitos indivíduos. As tradições mesmas foram transformadas à medida que seu conteúdo simbólico foi sendo assumido pelos novos meios de comunicação. A mediatização da tradição dotou-lhe de uma nova vida: a tradição se libertou das limitações da interação face a face e se revestiu de novas características. A tradição se desritualizou: perdeu sua ancoragem nos contextos práticos da vida cotidiana. Mas, o desenraizamento das tradições não as privou dos meios de subsistência. Preparou-lhes o caminho para que se expandissem, se renovassem, se enxertassem em novos contextos e se ancorassem em unidades especiais muito além dos limites das interações face a face.

O que é tradição? Como devemos entender suas características? No sentido mais geral, “tradição” significa um *traditum* – isto é, qualquer coisa que é transmitida ou trazida do passado. A tradição pode envolver elementos de tipo normativo (práticas do passado que deveriam servir como guia para futuras ações). Este não é necessariamente um aspecto de todas as tradições. Segundo Thompson (1999, p. 163) há quatro diferentes tipos aspectos da tradição: “‘aspecto hermenêutico’, ‘aspecto normativo’, ‘aspecto legitimador’, ‘aspecto identificador’. Na prática esses quatro aspectos se imbricam e se fundem uns com os outros. Mas ao distingui-los tem-se um sentido mais claro do que é implicado na existência da tradição”.

Tabela 2 – Aspectos da tradição

Aspecto hermenêutico	Conjunto de pressupostos de fundo. Aceito pelos indivíduos. Transmitidos de geração em geração.
Aspecto normativo	Conjunto de pressuposições, crenças e padrões de comportamentos trazidos do passado. Podem servir como princípio orientador para ações do presente.
Aspecto legitimador	Em certas circunstâncias, servir como fonte de apoio para o exercício do poder e da autoridade. Neste ponto as tradições podem se tornar ‘ideológicas’.
Aspecto identificador	Natureza da tradição em relação à formação da identidade. Thompson (1999) estabelece dois pontos: “auto identidade” ⁸ e “identidade coletiva” ⁹

Fonte: THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Ed. Vozes, 1999.

(*) Elaborado pela autora do artigo.

Neste ponto acima lembrei-me do que E. P. Thompson (1998) comenta sobre costumes e estudo do folclore: as pressões e a reforma do século XVIII em Europa “viu abrir-se um hiato profundo, uma profunda alienação entre a cultura patricia e a da plebe” (p. 13). Citando a obra de Peter Burke (1978) “Cultura popular na idade moderna” eis que uma das consequenciais foi o princípio do folclore quando observado pela classe superior da sociedade, promovia a verificação da “pequena tradição” mencionando ritos e práticas.

⁸ Auto-identidade: “é o sentido que cada um tem de si mesmo como dotado de certas características e potencialidades pessoais, como um indivíduo numa certa trajetória de vida”. (THOMPSON, 1999, p. 164).

⁹ Identidade coletiva: “é o sentido que cada um tem de si mesmo como membro de um grupo social ou coletividade; é um sentido de pertença, de ser parte de um grupo social ou coletividade que tem uma história própria e um destino coletivo”. THOMPSON, 1999, p. 165).

Por isso, desde a origem o estudo do folclore teve representação de “distância implicando superioridade, de subordinação” (THOMPSON, 1998, p. 14). Num salto mastodôntico conceitual, razoar sobre o folclore me levou a requerer folkmídia para nossa realidade. Seguramente cumprindo uma lógica a partir da tradição, estudos folclóricos, fenômenos que são apropriados pela ordem me (mi)diática inseridos numa circunstância industrial.

Folkmídia e Folkcomunicação

No artigo da pesquisadora Maria Izabel Amphilo Souza (2003) “Indústria cultural e a folkmídia” publicado na Revista Internacional de Folkcomunicação, o recorte destinado ao conceito supracitado, folkmídia, recai sobre alguns autores clássicos, como Câmara Cascudo (1998) quando se refere ao conceito de Folclore a partir da cultura do popular, pela tradição tornando-se normativa e explica que:

ao que entendemos de folclore, é a tradição dos nossos pais, que percebemos na expressão da sua religiosidade, na sua culinária, nas suas festas comemorativas, que na sua maioria são festas religiosas, e tudo aquilo que se refere à preservação do modo de ser de um povo (Souza, 2003, p. 4).

Ainda na definição que Souza (2003) nos apresenta, lembrando os estudos de Câmara Cascudo (1998) no Dicionário do Folclore Brasileiro, deve sim o folclore estudar todas as representações, manifestações tradicionais na vida coletiva, na vida social. E complementa Souza (2003) a folkmídia nada mais é do que a apropriação dos *massmedia* pela “dinâmica da transmissão folclórica, seja ela oral – contos, gestual – autos, escritos, cordéis e folhetos, através de signos que possam transmitir a mensagem desejada utilizando-se de códigos icônicos, linguísticos ou sonoros, citando Umberto Eco,

Assim, como entendemos a Folkmídia no contexto da Folkcomunicação, entendemos o intercâmbio de informações entre a cultura folk e os *mass media*, onde estes alimentam-se de informações da cultura folk, e a cultura folk alimenta-se de informações dos *mass media*, principalmente no que diz respeito a informações que estejam fora do âmbito regional (SOUZA, 2003, p. 4)

Por curiosidade busquei na web em resultados de pesquisa o conceito de Folkmídia e apareceu a seguinte definição: “Os meios de comunicação massivos apropriam-se da cultura popular e projetam o folclore nos mass media, devolvendo à grande massa da população um produto da Indústria Cultural. A partir de McLuhan, veremos que a Indústria Cultural é, para ele, o que hoje chamamos de Folkmídia” (O que é folkmídia, Google). Conceito de 2 de dezembro de 2008 e com aproximadamente 2.300 resultados.

Há muitas referências e bibliografias desde livros, teses, dissertações e artigos científicos em revistas no Brasil e fora, acerca da teoria Folkcomunicação. Mediante a consolidação teórica tanto da Folkcomunicação quanto da Folkmídia e, portanto, é importante recordar a definição que o pesquisador Joseph Luyten nos aponta em Mídia e Folclore (p. 29): “Folkcomunicação é comunicação em nível popular. Por popular aqui, deve-se entender tudo o que se refere, especificamente ao homem do povo, aquele que não se utiliza dos meios formais de comunicação”.

Na clássica obra “Noções básicas de Folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões” de Gadini e Woitowicz (2007), Marques de Melo (p. 21) nos aponta que o objeto de pesquisa da Folkcomunicação encontra-se na fronteira entre o Folclore “resgate e interpretação da cultura popular” e a Comunicação de Massa (“difusão industrial de símbolos, através de meios mecânicos ou eletrônicos, destinados a audiências amplas, anônimas e heterogêneas”). Roberto Benjamin, na mesma obra, também expõe, em primeira vista, o conceito de Folkcomunicação como pensou Luiz Beltrão “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” (p. 25). Também nos alerta para uma afirmação que não podemos esquecer: “é preciso não perder de vista que os estudos de Folkcomunicação constituem um campo da Comunicação Social e, portanto, a utilização dos conceitos elaborados pelos folcloristas deve se sujeitar aos objetivos de natureza comunicacional” (BENJAMIN, 2007, p.26).

A pesquisadora Cristina Schmidt (2007) destaca a Folkcomunicação a partir de uma elaboração teórica já nos mostrando que a apresentação dos seus resultados segue, certamente, o modelo das ciências humanas, e trazem dados qualitativos e quantitativos seguidos de interpretação que se estruturam a partir de correntes e pensamentos das “nossas

escolas” no âmbito da Comunicação e das Ciências Sociais. Muito interessante lembrarmos que “a construção teórica que o homem aparece como sujeito concreto – classe social, relações de poder – e faz a relação teoria/prática para a compreensão da práxis humana” (p.35).

Para os tempos de hoje, 2023, dezesseis anos depois dessa obra, passando por uma pandemia da Covid-19 (2019 a 2022), período de guerras¹⁰ e do crescimento da Inteligência Artificial, os estudos da Folkcomunicação ainda são evidenciados “pelas características resultantes do hibridismo e da mediatização da cultura. As manifestações em suas novas configurações, os códigos novos, os elementos atualizados e sua ressignificação são os que interessam ao campo da folkcomunicação” (Schmidt, 2007, p. 36), renovando, para já, observando e investigando os suportes tecnológicos, conteúdos de mídia e entretenimento diversos, plataformas digitais, streamings, mídia social e redes social, universo das startups, enfim, como dissemos em “Noções básicas” que “a Folkcomunicação estuda as cadeias comunicacionais e informativas que estão à margem dos circuitos tradicionais, formais” (LIMA, 2007, p. 75) impulsionamos para neste instante, a Folkcomunicação também presente como teoria a refletir os novos dispositivos, mecanismos, agentes, interações e relações sociais, culturais e me (mi)diáticas.

Notas finais

Quando estive em Buenos Aires, Argentina, na pesquisa de pós-doutorado na segunda fase de levantamento bibliográfico e na realização da dinâmica de aula aberta na UBA, curso de Antropologia, na cadeira de “Folklore general” do professor Fernando Fischman, abordei a me (mi)diatização à luz dos estudos da Comunicação numa arqueologia de pressupostos, avançando sobre a tradição e buscando reconstruir o pensamento folkmediático quando este verifica os fenômenos populares adaptados ou convenientes pela mídia.

No livro “Una mecánica metodológica: para el análisis de las mediatizaciones”, de José Luis Fernández, professor da UBA e da Universidad de Tres de Febrero, além do Centro de Investigación en Mediatizaciones – UN de Rosario, aponta que “las mediatizaciones son

¹⁰ Guerra Rússia e Ucrania na Europa. Conflito Israel e Hamas no Oriente Médio.

sistemas muy diversos de intercambio, soportados en instrumentos tecnológicos muy diferentes, pero que siempre incluyen lo discursivo”¹¹ (2023, p. 25). Ademais, também cita Eliseo Verón que indica a pensar a mediatização como algo próprio da espécie e não somente de um momento histórico (FERNANDÉS, 2023). “En nuestro campo común, los objetos de estudio son los discursos mediáticos, autonomizados y persistentes”¹² (p. 25).

As plataformas me (mi)diáticas estão constituídas por variadas séries da nossa vida social, por exemplo podemos citar: a tecnologia, a economia empresarial, o político-planificador, o artístico, a política, enfim, não podemos negar que em todas as naturezas, as mediatizações, a vida social e cultural depende dos intercâmbios discursivos, das ações, dos bens de consumo e serviço que produzem dentro delas mesmas (FERNANDÉS, 2023).

Essa produção me (mi)diatizada num contexto ultra tecnológico, em rede, refinado de linguagens visuais e verbais, também se apreende das múltiplas culturas e principalmente da cultura popular demonstrando ecossistemas convertendo as tradições em possibilidades de valores de permanência e adaptações. Não se esgota, neste ensaio, o campo de estudo que nos traz diversos enfoques e leva-se muito tempo para compreender as plataformas e redes, o processo digital, e a condição de acesso a essa vida em movimento.

¹¹ Tradução nossa: As mediatizações são sistemas muito diversos de trocas, suportados em instrumentos tecnológicos muito diferentes, mas que sempre incluem o discursivo.

¹² Tradução nossa: Em nosso campo comum os objetos de estudo são os discursos mediáticos, automatizados e persistentes.

Referências

- ALTHEIDE, David; SNOW, Robert. **Media worlds in the postjournalism era**. New York: Aldine/deGruyter, 1991.
- BENJAMIN, Roberto. Folclore. In: GADINI, Luiz Sérgio; WOITOWICZ, Karina. (Orgs.). **Noções básicas de Folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões**. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007, pp. 25-33.
- BONIN, Adriana Jiani. Dos meios às mediações: chaves epistêmicas, teóricas e metodológicas legadas à pesquisa de recepção. **Intexto**. Programa de Pós-graduação em Comunicação. Porto Alegre, n.43, p. 59-73, set/dez. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.19132/1807-8583201843.59-73> Acesso 13 de novembro de 2023.
- BRIGGS, Charles L. Moving beyond "the Media": Critical Intersections between Traditionalization and Mediatization. **Journal of Folklore Research**, Volume 57, Number 2, May-August 2020, pp. 81-117 (Article).
- BURKE, Peter. **Cultura popular na Idade Moderna**. São Paulo, Companhia das Letras, 385 p. 1989, [original: 1978].
- CASCUDO, Luís da Câmara. **Dicionário do Folclore Brasileiro**. São Paulo: Global Editora, 1998.
- DEACON, Deivid; STANYER, James. Mediatization: key concept or conceptual bandwagon. **Media, Culture & Society**. London: Sage, 2014.
- ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. Debates. São Paulo: Ed. Perspectiva. 2ª.
- ESCOSTEGUY, A. C. D. "Um Tributo a Martín-Barbero: Fazendo memória De Trajetos". **Intexto**. Programa de Pós-graduação em Comunicação. Porto Alegre, nº 43, agosto de 2018, p. 24-34, doi:10.19132/1807-8583201843.24-34 Acesso 13 de novembro de 2023.
- FENTON, Natalie. New media, journalism and democracy: figments of a neo-liberal imagination? **Media & Journalis**, 17 99/2), 2010.
- FERNÁNDEZ, José Luís. **Una mecánica metodológica: para el análisis de las mediatizaciones**. Buenos Aires: La Crujía, 2023.
- FIGUEIRAS, Rita. **A mediatização da política na era das redes sociais**. Lisboa: Aletheia Editoras, 2017.
- GADINI, Luiz Sérgio; WOITOWICZ, Karina. (Orgs.). **Noções básicas de Folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões**. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007.

GOBBI, Maria Cristina. Acervo do pensamento comunicacional latino-americano: Origem, desenvolvimento e perspectivas. **Revista de Educação do Cogeime** nº 14 julho/99. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.15599/0104-4834/cogeime.v8n14p125-130> Acesso em 17 de julho de 2023.

LIMA, Maria Érica de Oliveira. Comunicação local regional. GADINI, Luiz Sérgio; WOITOWICZ, Karina. (Orgs.). **Noções básicas de Folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007, pp. 74-78.

Livingstone S. Mediatization: An emerging paradigm for media and communication research. in Lundby, K., (ed.) **Mediatization of Communication**. Handbooks of Communication Science (21). Berlin, De Gruyter Mouton, 2014, pp. 703-724.

LUYTEN, Joseph M. Conceitos de Folkcomunicação. In: MARQUES DE MELO, José. (org.) **Mídia e Folclore**: o estudo da folkcomunicação segundo Luiz Beltrão. Maringá/são Paulo/São Bernardo do Campo: Faculdades Maringá/Cátedra UNESCO: UMESP, 2001.

LUYTEN, JOSEPH M.. **Folkmídia**. V FOLKCOM. Santos/SP, 2002.

MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2000.

MARQUES DE MELO, José. **De volta ao futuro**: da folkcomunicação à folkmídia. [Introdução]. São Paulo: Ductor, 2006.

MARQUES DE MELO, José. Folkcomunicação. In: GADINI, Luiz Sérgio; WOITOWICZ, Karina. (Orgs.). **Noções básicas de Folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007, pp. 21-24.

MARTÍN BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

ORTIZ, Renato. **Românticos e folcloristas**: cultura popular. São Paulo: Editora Olho D'Água, 1992.

SCHMIDT, Cristina. Teoria da Folkcomunicação. GADINI, Luiz Sérgio; WOITOWICZ, Karina. (Orgs.). **Noções básicas de Folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007, pp. 34-38.

SOUZA, Maria Izabel. A indústria cultural e a folkmídia. **Revista Internacional de Folkcomunicação**. Universidade Estadual de Ponta Grossa. V. 1, nº 2, jul./dez. de 2003. Disponível em <https://revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/18567> Acesso no dia 13 de novembro de 2023.

THOMPSON, E. P. **Costumes em comum**: estudos sobre a cultura popular tradicional. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Ed. Vozes, 1999.

YÃNEZ, Cristian; FISCHMAN, Fernando (Orgs.). **Folklore y comunicación**: enfoques para el análisis cultural. Universidad de La Frontera, Temuco/Chile, 2022.