

Relato de experiência

O *Centro Folkcom* de Pesquisa como espaço e estratégia aos estudos regionais de cultura popular¹

 Luana C. Nascimento ²
Sérgio Luiz Gadini ³

Resumo

O texto apresenta um breve panorama informativo sobre as ações e iniciativas do *Centro Folkcom de Pesquisas*, criado em 2010, a partir do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Na perspectiva conceitual, o foco é a Folkcomunicação, conforme proposta do pernambucano Luiz Beltrão. Trata-se de uma proposta de apresentação de um Centro de Estudos, que toma por base ações de pesquisa em torno das manifestações da cultura popular que operam como estratégias de mídia, aqui discutidas em diálogo regional, a partir dos Campos Gerais do Paraná.

Palavras-chave: Folkcomunicação. Centro Folkcom de Pesquisas UEPG. Estudos Regionais em Folkcom.

Resumen

En este artículo se presenta un breve resumen informativo sobre las acciones e iniciativas del *Centro Folkcom de Pesquisas* (Centro de Investigación Folkcom), creado en 2010 por la Escuela de Periodismo de la Universidad Provincial de Ponta Grossa (UEPG). En la perspectiva conceptual, la atención se centra en la comunicación popular, según lo propuesto por el pernambucano Luiz Beltrão. Esta es una propuesta para una presentación de un Centro de Estudios, que se basa la investigación-acción en torno a las manifestaciones de la cultura popular que operan como estrategias de los medios aquí discutidos en un diálogo regional, a partir de los Campos Gerais del Estado de Paraná.

Palavras-chave: Folkcomunicação. Centro Folkcom de Pesquisas UEPG. Estudios Regionales en Folkcom.

¹ Uma primeira versão do presente texto, aqui devidamente revisada e atualizada, foi apresentada no *XV Seminário de Inverno de Estudos em Comunicação*, realizado entre 25 e 29 de Junho de 2012, na Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), Paraná.

² Estudante de Jornalismo, integrante do Centro Folkcom de Pesquisas (UEPG). E-m: iilucaroline@gmail.com

³ Professor de Jornalismo da UEPG, integrante do Centro Folkcom de Pesquisas. E-m: slgadini@uepg.br

Abstract

This paper presents a brief informative overview on the actions and initiatives of *Centro Folkcom de Pesquisas* (Folkcom Research Center), created in 2010 from the School of Journalism at the State University of Ponta Grossa (UEPG). In conceptual perspective, the focus is on Folkcomunicação, as proposed by Luiz Beltrão pernambucano. This is a proposal for a presentation of a Study Centre, which is based on action research around manifestations of popular culture that operate as media strategies here discussed in a regional dialogue from the Campos Gerais of Paraná.

Keywords: Folkcomunicação. Folkcom Research Center UEPG. Regional Studies in Folkcom.

Apontamentos introdutórios

Se depender dos grupos, dos projetos e das atividades em andamento no Brasil, a Folkcomunicação pode registrar tempos promissores, ao menos se comparados com o atual descaso ou desinformação em torno da proposta lançada pelo pernambucano Luiz Beltrão, a partir de pesquisas realizadas entre meados dos anos 1950 e a década de 1970. A projeção é um dos indicadores da área, tomando por base o surgimento de grupos ou ações de pesquisa registrados entre 2010 e 2013. Nada, contudo, que assegure qualquer expectativa revolucionária. Mas, ao menos, se tais propostas ganharem força, muito provavelmente, os estudos em Folkcom estarão bem mais fortalecidos e legitimados, seja no Brasil ou em países onde alguns pesquisadores já ensaiam parcerias internacionais.

O reconhecimento da importância teórica da Folkcomunicação no campo dos estudos de comunicação se dá na medida em que os pesquisadores da área passam a se posicionar em relação à contribuição latino-americana, favorecendo na consolidação de uma teoria da comunicação brasileira, a Folkcomunicação, como disciplina científica. Foi através dela que a cultura popular tornou-se objeto de pesquisas e ganhou dimensões multidisciplinares.

Em síntese, a Folkcomunicação dedica-se ao “estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias” (BELTRÃO, 1971). Na teoria fundamentada por Luiz Beltrão, o folclore é o objeto de estudo e a comunicação a área de conhecimento em que se pode identificar momentos de participação popular fora das mídias tradicionais. A Folkcomunicação não se sustenta apenas por dados brutos, mas envolve reflexões de contextos. Ou seja, não se trata aqui de um conceito pronto ou acabado, mas de um trabalho de pesquisa, com dados quantitativos e qualitativos, em investigações sobre fenômenos e processos folkcomunicacionais.

Ao tomar por base o folclore, a Folkcomunicação trabalha com o resgate e interpretação da cultura popular. E se o folclore compreende formas

interpessoais ou grupais de manifestação cultural protagonizadas pelas classes subalternas, a Folkcomunicação caracteriza-se “pela utilização de mecanismos artesanais de difusão simbólica para expressar, em linguagem popular, mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural” (BELTRÃO, 2004). Essa era a compreensão de Beltrão, que entendia a Folkcom como um processo de intermediação entre a cultura das elites e a cultura das classes trabalhadoras. Foi dentro dessa abordagem conceitual que surgiram as primeiras pesquisas de gêneros, privilegiando as decodificações da cultura de massa.

Segundo Cristina Schmidt (2007), o estudo do folclore analisa o intercâmbio de informações no âmbito da cultura. Implica, então, duas discussões importantes: o que é cultura e o que é folclore. Um pouco próximo da reflexão feita por Alfredo Bosi⁴, cultura não é o consumo de um produto pronto (na eventual perspectiva de uma ‘cultura de elite’), mas também o trabalho de ‘realizar’ esse produto. A cultura é algo que se constrói e não que se absorve, enquanto o folclore declina da palavra norte-americana *folklore*, que significa “conhecimento de um povo”. Para Câmara Cascudo (apud SCHMIDT, 2007; 36), folclore seria a cultura popular repassada por gerações até virar tradição. “Para ele, esses modos culturais têm uma existência dual: a sagrada [...] e a histórica”. A sagrada consiste em rituais e hierarquias e a histórica em ação concreta de transmissão oral e coletiva.

Nesse sentido, os estudos folkcomunicacionais são guardiões da cultura de um povo, salvaguardando costumes e tradições ancestrais, que são referências perenes de uma vivência coletiva. E, em certa medida, pode-se entender que, para trabalhar a Folkcomunicação, é necessário uma espécie de ‘inspiração’ permanente encontrada em povos ou grupos sociais historicamente excluídos.

Também são incorporados nos estudos folkcomunicacionais os resultados do hibridismo cultural. Segundo Canclini (2000), a cultura é, em geral ou habitualmente, instável. O autor aponta que a tecnologia pode alterar uma cultura, pois remodela a sociedade. Entra-se na discussão se a globalização tende a criar uma cultura única e acabar com o que é regional. Alfredo Bosi (s/d) defende que a cultura popular não acaba “se ela for de fato popular, enquanto existir povo ela não vai morrer. Cultura popular é a cultura que o povo faz no seu cotidiano”.

Dessas orientações conceituais e do desafio de buscar novas perspectivas de estudo no campo da Folkcomunicação, com pesquisas atuais e pertinentes, é que surgiu a proposta do *Centro Folkcom de Pesquisas* da Universidade Estadual de Ponta Grossa (CFP-UEPG), que será apresentado em seguida.

Com base em um levantamento realizado pelo *Centro Folkcom de Pesquisas* (no final de 2012), existiam na ocasião apenas 10 grupos de pesquisa em Folkcomunicação, conforme dados coletados junto ao diretório de grupos do CNPq, indicando um campo de estudo ainda pouco institucionalizado – ao menos na forma de grupos registrados por Universidades brasileiras. E pois, um desafio a considerar!

⁴ Cultura Brasileira: Tradição/con-tradição, s/d.

Breve histórico da Folkcomunicação no Brasil

A Rede Brasileira dos Pesquisadores de Folkcomunicação, fundada em 1998, mostrou sinais de maturidade acadêmica na primeira década de criação. Dentre eles destacam-se três aspectos: a mobilidade, a produtividade e a inovatividade. Fundada em São Bernardo do Campo (SP), durante a *1ª Conferência Brasileira de Folkcomunicação*, a Rede optou pelo território mineiro como sede institucional. O Prof. Dr. Sebastião Breguez foi o primeiro presidente da entidade. A instituição permaneceu em Belo Horizonte até a renovação da diretoria, quando formalmente muda de sede para Bertoga, litoral de São Paulo. Em 2006, com a professora Betania Maciel como presidente, a sede novamente se desloca, passando para Recife (PE). E, em maio de 2011, a Rede Folkcom passa a ser dirigida pelo professor Marcelo Pires de Oliveira, da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), de Ilhéus/BA.

Em cada uma das diversas regiões, a associação encontrou terreno fértil. A produtividade da Organização pode ser medida através da série de publicações editadas nesses e em outros locais. Um fato promissor foi a reedição de obras de Luiz Beltrão, que se encontravam esgotadas ou inacessíveis. A partir disso, a rede começou a exibir uma série de estudos e registros de diferentes realidades da cultura popular no Brasil.

Em 2003, a Rede Folkcom lança a *Revista Internacional de Folkcomunicação*, em versão digital⁵, e periodicidade semestral, espaço para divulgação das pesquisas e, principalmente, legitimação de mais um campo da comunicação. As três primeiras edições foram coordenadas por Antônio Barros, em parceria com o UniCEUB (do Distrito Federal). E, a partir da quarta edição, em 2004, a *Revista* passa a ser produzida na Agência de Jornalismo do curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), em parceria com a Cátedra Unesco de Comunicação/UMESP e a Rede Folkcom.

O envolvimento de professores e estudantes da UEPG com a Folkcomunicação registra, a partir de então, um crescente histórico de atividades. Em 2007, por exemplo, a Universidade sediou a *X Conferência Brasileira de Folkcomunicação*, sob o tema “a comunicação dos migrantes”, relacionando a pluralidade cultural forjada com os processos de grupos migratórios que fizeram a história do Paraná, a partir do final do século XIX. Ao mesmo tempo, professores coordenaram grupos de estudos e, nesse mesmo período, sempre participaram dos eventos da área, seja a Conferência Folkcom, o Grupo de Trabalho sobre Folkcomunicação da Intercom, bem como de outras atividades gestadas pela Rede Folkcom. E, da mesma forma, estudantes de Jornalismo já foram premiados várias vezes com trabalhos sobre Folkcomunicação (em 2005, 2007 e, mais recentemente, também em 2011).

Tais situações indicam uma proximidade e tradição de pesquisa sobre temas e abordagens folkcomunicacionais. E, em termos de produção acadêmica, vale lembrar que, no final de 2007, a Editora UEPG lançou – sob organização dos professores Sérgio Gadini e Karina Janz Woitowicz – a

⁵ A *Revista Internacional de Folkcomunicação* está disponível no endereço <http://www.revistas.uepg.br/index.php?journal=folkcom&page=index>

coletânea de verbetes *Noções Básicas de Folkcomunicação*, com a proposta didática de uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões.

No mesmo sentido, em agosto de 2010, quando o Curso de Jornalismo da UEPG comemorava 25 anos de história, a Universidade sediou a *Iª Jornada Beltraniana*, evento lançado pela Cátedra Unesco e Rede Folkcom, para abrir as comemorações à produção bibliográfica de Luiz Beltrão no Brasil. Na ocasião, o evento foi coordenado pela diretora do *Centro Folkcom de Pesquisa*, Karina Janz Woitowicz, com o tema “Filosofia do Jornalismo, 50 anos depois”.

E surge o Centro Folkcom de Pesquisas

Foi, assim, no ano de 2010, que surgiu o *Centro Folkcom de Pesquisas da UEPG*, com a proposta de melhor desenvolver estudos e investigações, a partir de manifestações da cultura popular registradas nos Campos Gerais do Paraná, bem como atuar em parceria com iniciativas similares em outros estados e regiões do País, e da América Latina.

Com base na perspectiva teórica fundada por Luiz Beltrão, o *Centro Folkcom de Pesquisas* desenvolve – desde então – estudos, análises de processos comunicacionais que envolvem as manifestações populares, as articulações entre os meios informais de comunicação e a mídia tradicional. Assim, as pesquisas e objetos de estudo dos participantes do Centro buscam dialogar com diversidade cultural e identitária que fazem parte do cotidiano dos grupos sociais da Região. O Centro também é responsável por produções jornalísticas que possuem relações entre a cultura de massa e a cultura popular como referenciais temáticos e conceituais. E isso é feito em parceria com outros projetos de extensão em andamento na UEPG, como é o caso do *Cultura Plural*⁶, que cobre as manifestações populares regionais, e do projeto *Lente Quente*⁷, que produz uma foto-legenda diária sobre o cenário cultural de Ponta Grossa na plataforma Flickr (<http://flickr.com/lentequente>). Oportuno ainda considerar que, desde seu surgimento, o *Centro Folkcom de Pesquisas* atua em parceria com o projeto de extensão *Agência de Jornalismo*⁸, outra iniciativa da UEPG, que objetiva prestar apoio na forma de assessoria ou produção de mídia aos grupos e movimentos sociais sem fins lucrativos em Ponta Grossa e demais municípios da Região.

Assim, o objetivo do *Centro Folkcom* (que também funciona como Grupo de Pesquisa⁹) é promover reflexões e pesquisas empíricas que possam identificar algumas das características do multiculturalismo e as manifestações culturais identitárias, nos contextos local/regional, nacional e global. E, aqui, um aspecto importante a ser observado: o caráter regional do *Centro Folkcom*, não na perspectiva de se opor às ações mais abrangentes, mas de tentar compreender especificidades ou aspectos que marcam as expressões da cultura popular em níveis locais e regionais, manifestações essas que, por diferentes formatos, também operam

⁶ O site do projeto *Cultura Plural* está disponível em <http://cultura-plural.com.br/>

⁷ Produções do projeto *Lente Quente* podem ser acessadas em <https://www.flickr.com/photos/lentequente>

⁸ Disponível em WWW.jornalismo-uepg.net.br

⁹ Grupo de Pesquisa em Jornalismo Cultural e Folkcomunicação (Centro Folkcom de Pesquisas). Informações disponíveis no Diretório de Grupos do CNPq: <http://plsq11.cnpq.br/buscaoperacional/detalhe-grupo.jsp?grupo=0059609QX71SZ9>

como ações ou estratégias comunicacionais, como indica a orientação metodológica e conceitual da Folkcomunicação.

O Centro Folkcom de *Pesquisa*, ao se orientar no referencial teórico da folkcomunicação, vem fortalecer outras iniciativas de disseminação da teoria de Luiz Beltrão protagonizadas pela Rede de Pesquisadores em Folkcomunicação¹⁰. Os resultados das pesquisas realizadas através do grupo, seja por meio de artigos apresentados em eventos da área ou de publicações especializadas, pretendem fortalecer o campo da folkcomunicação, desvendando outros objetos e aprofundando abordagens teóricas da área.

Entre os eixos da pesquisa em folkcomunicação, o grupo definiu três linhas que são descritas a seguir, conforme apresentação do projeto junto ao Diretório de Grupos do CNPq¹¹, e também no link do Curso de Jornalismo UEPG, onde o *Centro Folkcom de Pesquisas* está hospedado¹².

a) Estudos de Comunicação e Cultura Popular: as pesquisas realizadas nesta linha buscam analisar os processos de comunicação presentes na cultura popular e investigar a presença da cultura popular nos meios de comunicação. Trata-se de um olhar folkcomunicacional que permite observar dois movimentos: as relações entre o popular e o massivo e as estratégias de tematização da cultura na mídia. Entre os temas investigados ganham destaque as festas populares, a religiosidade popular, as imigrações e a folkcomunicação no espaço urbano.

b) Os estudos de Folkcomunicação e a produção bibliográfica contemporânea sobre mídia e cultura popular: identificar as principais contribuições dos estudos folkcomunicacionais, no campo da Comunicação no Brasil, a partir das produções veiculadas na *Revista Internacional de Folkcomunicação* (no período 2003 a 2010); identificar principais abordagens que, atualmente, dialogam com estudos folkcomunicacionais no Brasil. E verificar possíveis impactos, pertinência e atualidade, da *Revista de Folkcomunicação*, a partir de presença conceitual e de autores que publicam textos no referido periódico.

c) Sabores Populares na Mídia: Investigar o modo como a gastronomia, como um elemento da cultura popular, é tematizada nos veículos de comunicação, de modo a perceber as influências e apropriações da cultura popular na mídia paranaense. Esta é a proposta dos projetos desenvolvidos nesta linha, que tem como objeto de estudo os veículos impressos e televisivos de Ponta Grossa e do Paraná no mês de agosto de 2010. As investigações realizadas nessa linha apresentam como referencial teórico a Folkcomunicação.

É oportuno destacar, em relação a este último eixo investigativo do Centro Folkcom de Pesquisa, que a iniciativa surgiu de uma proposta da Rede de Pesquisadores em Folkcomunicação, em levantar especificidades regionais, em todo o Brasil, da gastronomia como uma das expressões da pluralidade cultural brasileira. E, em sintonia com a proposição da Rede, o *Centro Folkcom de Pesquisas*, que estava surgindo formalmente em 2010, apontou como uma de suas metas de

¹⁰ <http://www.redefolkcom.org/>

¹¹ Disponível no endereço <http://dgp.cnpq.br/busca-operacional/detalhegrupo.jsp?grupo=0059609QX7ISZ9>

¹² <http://jornalismouepg.wordpress.com/pesquisa/centro-folkcom-de-pesquisa/>

ação investigativa exatamente uma das orientações apresentadas pelos pesquisadores da área aos estudos folkcomunicacionais no País a partir da gastronomia.

Em 2012, pode-se dizer que o Centro Folkcom de Pesquisa dedicou-se à produção científica com enfoque na primeira linha, promovendo pesquisas sobre festas populares como manifestações folkcomunicacionais, em uma abordagem que contempla tanto o registro das festas populares dos Campos Gerais quanto a cobertura realizada pela mídia sobre tais celebrações¹³. São 16 estudantes envolvidos nas pesquisas do *Centro Folkcom*, estando seis deles inscritos em projetos de iniciação científica no período 2012/2013.

Breves notas conclusivas

A produção de cultura e identidades é analisada usando-se diálogos entre cultura e comunicação. A temática e os conceitos buscam fomentar debates teóricos sobre relações entre as expressões da cultura de massa e as manifestações populares da cultura contemporânea e produções jornalísticas em forma de fotografia, textos e documentários. Reflexões e pesquisas empíricas que envolvem as medições culturais, o multiculturalismo e as identidades culturais, nos contextos regional, nacional e global, respectivamente abordados nos estudos em andamento na UEPG.

A orientação teórica do *Centro Folkcom de Pesquisas da UEPG*, geralmente articulada e disseminada pela Rede de Pesquisa em Folkcomunicação, busca referenciais nas teorias apresentadas por Luiz Beltrão no livro *Folkcomunicação: A comunicação dos Marginalizados* (1980,) relacionando a produção jornalística com o conceito de cultura popular. Os resultados das pesquisas visam fortalecer o campo de folkcomunicação, seja por meio de artigos apresentados em eventos ou publicações especializadas realizadas pelo grupo, desvendando outros objetos e aprofundando abordagens teóricas da área.

As produções do *Centro Folkcom de Pesquisas*, em menos de dois anos, integram participação em eventos nacionais e internacionais, além de prêmios da área acadêmica. Três pesquisas do grupo foram premiadas em 2011, duas delas na *XIV Conferência Brasileira de Folkcomunicação* (realizada em Juiz de Fora/MG, em maio de 2011) e uma no Congresso da Unopar, em Londrina/PR. Por isso, em 2011, o balanço da produção do grupo foi positivo. Foram produzidos 12 trabalhos, apresentados em 19 eventos. Além disso, o *Centro Folkcom* integra uma vertente nas pesquisas nacionais sobre festejos juninos, o que resultou na produção de artigos acadêmicos na área. Alguns esforços já foram feitos em dois artigos apresentados em evento sobre a cobertura do tema na mídia paranaense (*Gazeta do Povo, Folha*

¹³ WOITOWICZ, Karina Janz. BONFIM, Keren do Prado. As festas populares no filtro da informação: Estudo sobre a presença da cultura popular no webjornalismo paranaense. Apresentado no Encontro Anual de Iniciação Científica de 2013. Disponível nos anais do evento

WOITOWICZ, Karina Janz. BONFIM, Keren do Prado. As festas populares no filtro da informação: estudo sobre a presença da cultura popular no webjornalismo paranaense. Disponível em: http://eventos.uepg.br/epuepg/artigo.php?id_artigo=1594. Acessado em: 01/05/2014

GADINI, Sérgio Luiz. SANTOS, André Paker. Festas populares na agenda da mídia: Aspectos da tematização da cultura popular no jornalismo impresso de Ponta Grossa/PR. Apresentado no Encontro Anual de Iniciação Científica de 2013. Disponível nos anais do evento.

GADINI, Sérgio Luiz. SANTOS, André Paker. Festas populares na agenda da mídia: aspectos da tematização da cultura popular no jornalismo impresso de Ponta Grossa/PR. Disponível em: http://eventos.uepg.br/epuepg/artigo.php?id_artigo=1143. Acessado em: 01/05/2014

GADINI, Sérgio Luiz. NATAL, Jéssica dos Santos. Jornalismo e folkcomunicação: a presença de festas populares nos jornais dos campos gerais. Apresentado no Encontro Anual de Iniciação Científica de 2013.

Disponível nos anais do evento GADINI, Sérgio Luiz. NATAL, Jéssica dos Santos. Jornalismo e folkcomunicação: a presenças de festas populares nos jornais dos campos gerais.

Disponível em: http://eventos.uepg.br/epuepg/artigo.php?id_artigo=1440. Acessado em: 01/05/2014

¹⁴ WOITOWICZ, Karina Janz. NASCIMENTO, Luana Caroline do. Cobertura dos jornais estaduais Folha de Londrina e Gazeta do Povo nas festas populares no ano de 2012. Disponível em: http://eventos.uepg.br/epuepg/artigo.php?id_artigo=1589. Acessado em: 01/05/2014

WOITOWICZ, Karina Janz. NASCIMENTO, Luana Caroline do. As festas populares no filtro da informação: Estudo sobre a presença da cultura popular no jornal impresso paranaense Apresentado no Encontro Anual de Iniciação Científica de 2013.

Disponível nos anais do evento

de Londrina¹⁴ e telejornais da RPC¹⁵) e sobre publicidade junina. Os participantes do grupo fazem pesquisas quantitativas e análises sistemáticas dos dados encontrados que possuem relação direta com os temas da Folkcomunicação. Os estudos referem-se aos diversos meios de comunicação como os jornais impressos de Ponta Grossa e região, além dos telejornais e *sites* com pauta e temas voltados aos Campos Gerais do Paraná.

Assim, a partir de 2011 e dos anos seguintes, o grupo de pesquisa (CFP) realiza outros estudos e pretende servir como espaço de diálogo entre os projetos de iniciação científica, como verificar a produção bibliográfica em Folkcomunicação no Brasil. E, ao mesmo tempo, articular a produção de vertentes do jornalismo cultural na *web*, bem como mapear manifestações culturais nos Campos Gerais, principalmente, por ser área de atuação das pesquisas.

Do ponto de vista estrutural, um dos objetivos do Centro Folkcom é promover discussões teóricas, com seminários quinzenais de textos da área, enfatizando a produção textual e analítica do grupo. Vale, por fim, ressaltar que as pesquisas são integradas com as análises da cobertura midiática.

E, para fechar, é oportuno destacar a proposição ousada – em certos aspectos, inédita – de estudar manifestações da cultura popular, a partir da Folkcomunicação, (re)discutindo ações ou iniciativas de mídia com perspectivas regionais, buscando assim resgatar uma das dimensões tradicionais que dialogam e tensionam com as expressões de cultura popular: o conceito de região, em sua dimensão geográfica, como marca de grupos sociais que, ao seu modo, se apropriam e forjam manifestações diversas e plurais das culturas contemporâneas.

Mesmo que o Centro Folkcom de Pesquisas da UEPG registre, em 2012, apenas dois anos de existência, pode-se pensar – com base nos indicadores já registrados e nas ações investigativas planejadas – que a proposta do grupo de estudantes e professores da UEPG é fortalecer a perspectiva folkcomunicacional em um diálogo intelectual próximo e atualizado com as características culturais dos grupos sociais dos Campos Gerais do Paraná. E, nesse sentido, o mais recente desafio é também atuar em sintonia com o Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UEPG. Mas esse desafio já configura outro aspecto para futuros textos e reflexões!

Referências

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

_____. *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*. São Paulo: Cortez, 1980.

¹⁵ GADINI, Sérgio Luiz. GALVÃO, Nábila Fernanda. Jornalismo E Folkcomunicação: Uma Análise De Festas Populares No Âmbito Televisivo De Ponta Grossa Disponível em: http://eventos.uepg.br/epuepg/artigo.php?id_artigo=1365.

Acessado em: 01/05/2014

GADINI, Sérgio Luiz. GALVÃO, Nábila Fernanda. A Folkcomunicação Das Manifestações Populares Dos Campos Gerais Sob O Olhar Do Telejornalismo Em Ponta Grossa. Apresentado no Encontro Anual de Iniciação Científica de 2013. Disponível nos anais do evento

_____. *Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informações de fatos e expressão de idéias*. Porto Alegre: Edipucrs, 2001.

_____. *Folkcomunicação: teoria e metodologia*. São Bernardo do Campo: Umesp, 2004.

BOSI, Alfredo. “Cultura como tradição”. IN: NOVAES, Adauto (org.). *Cultura Brasileira: Tradição/Contradição*. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar/Funarte, s/d.

CANCLINI, Nestor García. *Culturas Híbridas*. 3ª ed. São Paulo: EDUSP, 2000.

CENTRO Folkcom de Pesquisas da UEPG. Acesso em 20/05/2012. Informações em <http://dgp.cnpq.br/buscaoperacional/detalhegrupo.jsp?grupo=0059609QX7ISZ9>

CENTRO Folkcom de Pesquisa UEPG. <http://jornalismouepg.wordpress.com/pesquisa/centro-folkcom-de-pesquisa/> Acesso em 20/05/2012.

GADINI, Sérgio Luiz; CALIXTO, Adrielle da Costa. “Breve cartografia dos estudos em Folkcomunicação: um retrato temático e editorial da Revista Internacional de Folkcomunicação”. *Comunicação e Sociedade, São Bernardo do Campo, ano 31, n. 53, p. 215-231, jan./jun. 2010. Disponível em: <<http://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/.../1931>>*. Acesso em: 4 abr. 2012.

GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz (Orgs.). *Noções básicas de folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões*. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=htQFPuCV8VwC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 7 mai. 2012.

MARQUES DE MELO, José; TRIGUEIRO, Osvaldo Meira (Orgs.). *Luiz Beltrão: pioneiro das Ciências da Comunicação no Brasil*. João Pessoa: Editora Universitária UFPB, 2007.

MARQUES DE MELO, José (Org.). *Mídia e folclore: o estudo da folkcomunicação segundo Luiz Beltrão*. Maringá/São Bernardo do Campo: Faculdades Maringá/Cátedra Unesco: UMESP, 2001.

REVISTA INTERNACIONAL DE FOLKCOMUNICAÇÃO. Ponta Grossa: Agência de Jornalismo da UEPG. Disponível em: <www.revistas.uepg.br>. Acesso em: 4 abr. 2012.

SCHMIDT, Cristina. “Teoria da Folkcomunicação”. In: GADINI, S. L. e WOITOWICZ, K. J. (Orgs.). *Noções básicas de folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões*. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007. Pp: 34-38.

Recebido em: 19/02/2014

Aceito em: 14/05/2014