



Um Estudo Folkcomunicacional Da Nova Proposta Do Projeto *Mulheres De Argila*

Fernanda Marusia Silva, CARVALHO¹

Heleniza Maria Saldanha de, OLIVEIRA²

Unifavip/DeVry, Caruaru, PE

Resumo

O estudo buscou analisar a luz da teoria da Folkcomunicação, primeiro ramo do estudo científico sobre Comunicação desenvolvido no Brasil, a nova proposta de produção artesanal através da utilização de retalhos de tecido jeans, chamados de ourelas, realizada pelo grupo *Mulheres de Argila*, composto por artesãs caruaruenses e algumas advindas de cidades próximas, tendo por intuito contribuir com as discussões sobre a tese na contemporaneidade apresentando um exemplo inovador de nova conjuntura da prática artesanal. Para que isto fosse possível, foi feita uma revisão de literatura de obras de teóricos renomados na área a exemplo de Luiz Beltrão, José Marques de Melo e Roberto Benjamim, resgatando-se conceitos e impressões sobre o tema e assuntos interligados como cultura de massa, cultura popular e folclore, preocupando-se em manter o diálogo com o fundador da teoria, Luiz Beltrão.

Palavras-chave: Folkcomunicação; Projeto Mulheres de Argila; Artesanato; Novas Conjunturas; Cultura Popular.

Introdução

Os estudos científicos sobre Comunicação são relativamente recentes no Brasil. Como objeto de estudo científico, tornou-se escopo das pesquisas por volta de 1940, mesma fase em que a indústria cultural ganhou força em território nacional. No entanto, um dos marcos de pioneirismo na pesquisa científica é a tese formulada vinte e sete anos depois (1967) pelo teórico Luiz Beltrão.

Intitulada de Folkcomunicação, a teoria avalia os fenômenos comunicacionais das regiões e comunidades brasileiras historicamente desfavorecidas das políticas públicas governamentais. Nestes agrupamentos ditos marginalizados, na conceituação do autor, a linguagem, a moradia e a localização geográfica são reflexos da falta de acesso à saúde, educação, segurança, cidadania, entre demais serviços sociais, e o ambiente torna-se propício ao assistencialismo político.

¹ Bacharel em Jornalismo pela Unifavip/DeVry, email: fernanda.fermandacrvlh@gmail.com

² Mestre em Teoria da Literatura e professora do UNIFAVIP/DeVry, e-mail:helenizasaldanha@yahoo.com.br



Nestas condições, as práticas culturais se sobressaem e simbolizam também o potencial comunicativo daquele grupo marginalizado, por se tratarem de manifestações que disseminam a cultural local e possibilitam a interação coletiva, constituindo parte significativa do oxigênio social e dos processos de informação. Entre as práticas anteriormente descritas, a produção artesanal, representante da Cultura Popular, simboliza uma das atividades mais tradicionais dos grupos historicamente marginalizados.

Entende-se por artesanato a produção de caráter manual de peças que se utilizam de matéria acessível à comunidade, que é herança geracional entre as famílias e que se configura em fonte de renda para os que dele sobrevivem. O artesanato é originário do período Neolítico, na Idade Antiga, na qual os homens confeccionavam instrumentos para a caça, enquanto as mulheres fabricavam cerâmica e teciam vestimentas.

Tradicionalmente familiar, passada de geração a geração, a prática artesanal retrata os elementos culturais de determinada localidade através de materiais que também representam as expressões, características, atividades e personagens de um lugar.

A nova conjuntura de artesanato proposta pelo Projeto *Mulheres de Argila*, grupo de produção socioeconômica de Caruaru, no Agreste pernambucano, produz artesanato a partir de ourelas de tecido jeans. Neste contexto, entende-se a diferenciação da proposta oferecida no que concerne a atividade de criação a partir do barro que já se encontra fortalecida e estabilizada na cidade de Caruaru, tendo como cenário principal de desenvolvimento o Alto do Moura. Em segundo plano, a relação existente entre este novo tipo de artesanato e as estratégias comerciais também se configurou como questão de análise, na perspectiva de que a mesma foi criada com o intuito de viabilizar a existência da prática artesanal em meio à constante efervescência da produção em larga escala e das inovações tecnológicas.

O projeto criado no ano de 2011 reúne artesãs do Alto do Moura- reconhecido como o Maior Centro de Artes Figurativas das Américas- e tendo incorporado artesãs da cidade de Riacho das Almas, através da integração das artesãs com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), com o Centro Pernambucano de Design, o Movimento Cultural “Ô di Casa” e a Associação dos Artesãos em Barro e Moradores do Alto do Moura (AABMAM). O projeto ainda conta com a colaboração dos empresários e empresárias do Polo de Confecções do Agreste, segundo maior do país, para a criação de peças de decoração e acessórios com os resíduos do jeans,



cedidos por empresas locais. A parceria com o Sebrae possibilitou que a produção fosse orientada por um profissional em design de moda, o estilista Melk Z-Da, e que as componentes do coletivo participem de capacitações para o mundo do trabalho oferecidas pela instituição.

Contrapondo-se à tradicionalidade do barro, o grupo *Mulheres de Argila* apresenta uma nova proposta de identidade cultural que não se assemelha a produção artística que tem como matéria prima o barro, artesanato firmado e forte representante da cultura regional. O reaproveitamento das sobras do tecido jeans também imprime ao projeto características de sustentabilidade, reciclagem e preservação ambiental, tendo em vista que os resíduos oriundos da produção das empresas do segmento têxtil não contavam com um mecanismo de destinação específico que beneficiasse o meio ambiente.

Ao escolher avaliar o Projeto *Mulheres de Argila* sob a teoria Folkcomunicacional, acredita-se na contribuição proporcionada aos estudos da tese a respeito do potencial comunicativo desenvolvido pelos grupos marginalizados, neste caso entende-se que as mulheres podem ser caracterizadas como segmento marginalizado face à construção social histórica do grupo de negação de direitos, para viabilizar a sobrevivência dos conjuntos e de suas práticas culturais.

Entre o Folclore e a Comunicação de Massa, o surgimento da teoria da Folkcomunicação

A Folkcomunicação desperta a atenção do setor acadêmico das comunicações, escolhendo como laboratório de investigação expressões da cultura popular e seu potencial comunicativo. O termo surgiu como resultado das pesquisas científicas do comunicólogo Luiz Beltrão, símbolo do pioneirismo brasileiro nos estudos sistemáticos dos fenômenos da comunicação nas instituições de ensino superior. Em 1967, a Folkcomunicação despontou em virtude da tese de doutoramento apresentada na Universidade de Brasília, no entanto, Beltrão já havia iniciado as discussões sobre o tema em artigo da revista *Comunicações & Problemas* (1965), no qual o autor avaliou o artigo religioso conhecido como *ex-voto*, expressão cultural das camadas populares, como possível meio de comunicação entre os integrantes das regiões que tem o *ex-voto* como prática e destes com o ambiente externo.



O autor explicou a escolha do termo Folkcomunicação para definir os estudos que iniciara, que em essência alegavam que a cultura de massa e a cultura popular coexistiam, sendo esta última responsável por decodificar as mensagens emitidas pelos meios de comunicação de massa para os grupos sociais excluídos dos avanços da modernidade face a trajetória de exploração, que resultaram em anos e anos de retrocesso social.

A vinculação estreita entre folclore e comunicação popular, registrada na colheita dos dados para este estudo, inspirou-me na nomenclatura desse tipo 'cistemático' de transmissão e notícias e expressão do pensamento e das vindicações coletivas. Denominei-o *folkcomunicação*, definindo-o como processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore. (MARQUES DE MELO apud BELTRÃO, 2008, p. 21).

Neste sentido, o conceito não está ligado às práticas convencionais dos meios de comunicação, em suma corporificados nos meios tradicionais, mas, também, aos métodos utilizados para informar, disseminar informações e as práticas, próprias ou de outras fontes, aos membros dos grupos marginalizados. Foi observando o processo comunicacional nestas conjunturas que Beltrão estruturou a teoria folk, considerando a existência dos agentes-comunicadores, pertencentes aos conjuntos, como peças fundamentais para que as parcelas desprivilegiadas se integrem ao sistema da comunicação social, pois caberia a estes o intermédio das mensagens que não assimilariam as disparidades sociais, econômicas e políticas dos grupos menos favorecidos em seus discursos homogeneizadores. Ademais, a identificação deste propulsor possibilitou ao teórico o contato com outras vertentes teóricas similares que já consideravam a presença de um agente mediador no processo de transmissão de mensagem. Ainda no universo desta teoria, a falta do intermédio supõe que os receptores estão familiarizados com a emissão procedente, inferindo conhecimento de códigos e métodos utilizados na difusão de mensagens como reflete BELTRÃO (1980).

Os Líderes Comunicadores Da Folkcomunicação: Personagens Comunitários E Suas Influências Aos Grupos

Baseando-se em estudos de outros pensadores das Teorias da Comunicação, Beltrão se propôs a observar a presença dos líderes comunicadores nos agrupamentos



que segundo ele desenvolveriam a Folkcomunicação. Desta maneira, a análise se dá através da atribuição dada a estes personagens reais nas porções as quais fazem parte e que recebem informações midiáticas, mas que possuem linguagens e manifestações diferentes das que frequentemente são noticiadas pelos veículos de comunicação de massa. As pesquisas com as quais teve contato fundamentaram suas observações sobre este personagem, no entanto, Beltrão ampliou os horizontes traçados para delimitar a existência dos agentes comunicadores, eles os analisou como parte integrante da estrutura do processo folkcomunicacional, sendo assim, estes tornaram-se complementares ao entendimento da própria teoria.

Embora as relações investigadas dissessem respeito ao sistema de comunicação social, a identificação do *líder de opinião* como agente-comunicador do sistema de folkcomunicação foi o ponto de partida do trabalho desenvolvido por quantos se dedicaram à busca e análise dos agentes e usuários do processo, das modalidades e dos feitos da grande corrente paralela de mensagens que permitirá o conhecimento das expressões do pensamento popular, do seu intercâmbio de ideias e , afinal, das tentativas de uma convivência, quando não da integração, entre grupos tão fundamente distanciados. (BELTRÃO, 1980, p.31)

Caberia aos chamados líderes, de forma consciente ou não, sanar determinadas lacunas causadas pelas disparidades sociais, auxiliando seus grupos de pertença não apenas a decodificarem as mensagens massificadoras emitidas, mas, também, a desembaraçar informações que se põem distantes muitas vezes da realidade das partes segregadas, auxiliando, inclusive e principalmente, na reinteração dessas mensagens, nas discussões interpessoais e coletivas que promovem o conhecimento sobre fatos, que embora geográfica ou culturalmente distantes, correspondem a impactos significativos para aquelas parcelas.

A Audiência Folk: Definem-Se Os Grupos Marginalizados Da Folkcomunicação

Outro aspecto indispensável à compreensão da Folkcomunicação é a chamada audiência folk que se apresenta como um fator decisivo para determinar quais são os usuários deste tipo de comunicação. Compõe a chamada audiência folk os grupos que o autor identificou como marginalizados, composições que nos aspectos sociais, culturais, políticos e econômicos destoam da normatividade dos grupos elitistas e massivos. Os marginalizados tiveram suas formações originais alteradas por processos de dominação significativos, como a colonização e a imigração.



Embora o contato e a imposição cultural dos agrupamentos de maior poder aquisitivo e prestígio social tenham acarretado mudanças comportamentais significativas e o encontro com objetos e conceitos símbolos da modernidade e dos avanços cronológicos, estes conjuntos mantêm vividas as particularidades das suas formações, o legado das gerações passadas, as doutrinas próprias que os caracterizam sob o enfoque identitário, representando o imaginário de pertença individual e coletiva. Como considera Luiz Beltrão:

A expressão marginal surge, na literatura científica, pela primeira vez em 1928, em artigo de Robert Park sobre as migrações humanas, publicado no *American Journal of Sociology*. O migrante é ali definido como ‘híbrido cultural’ um ‘marginal, que, embora compartilhe da vida e das tradições culturais de dois povos distintos, ‘jamais decide a romper, mesmo que lhe fosse permitido, com seu passado e suas tradições, e nunca (é) aceito completamente, por causa do preconceito racial, na nova sociedade em que procura encontrar um lugar’. Como é fácil constatar, o autor se refere à situação do migrante estrangeiro; contudo, tanto a essência das características grifadas (oposição à mudança/ preconceito) como a tipificação a seguir coincidem com nosso objeto: ‘É um indivíduo à margem de duas culturas e de duas sociedades que nunca se interpenetram e fundiram totalmente’. (BELTRÃO, 1980, p. 38-39, grifo do autor)

Ainda no que se refere aos marginalizados, é fundamental destacar que o termo se consolidou após o surgimento de outro conceito, o de sociedade de massa, advindo da Revolução Industrial como marco histórico. O período atenuou os contrastes já existentes entre os grupos formados pelos novos padrões de consumo material e de informações.

A audiência folk é assim categorizada: grupos rurais marginalizados, grupos urbanos marginalizados e os grupos culturalmente marginalizados, classificações atribuídas por Luiz Beltrão. A concepção de dois deles é fundamental para o entendimento da proposta desta pesquisa, são elas a de Grupos Rurais Marginalizados e a de Grupos Culturalmente Marginalizados.

A primeira delas, a de Grupos Rurais Marginalizados, refere-se às comunidades desfavorecidas geograficamente e vulneráveis dos pontos de vista econômico, social e educacional. Localizados em postos afastados dos centros urbanos, as comunidades reconhecidas como rurais são beneficiadas em menor grau com investimentos de infraestrutura, serviços básicos e inclusão tecnológica. Os Rurais Marginalizados sofrem com o fantasma da supremacia urbana e são vistos como permanentes



fornecedores de matérias-primas, dispendo de uma participação menos efetiva nas decisões locais por serem vistos essencialmente como atuantes do primeiro setor que em pouco se envolvem com resoluções da indústria, do comércio e da participação social. Beltrão os definiu desta maneira:

Os grupos rurais marginalizados são constituídos de habitantes de áreas isoladas (carentes de energia elétrica, vias de transporte eficientes e meios de comunicação industrializados) subinformados, desassistidos ou precariamente contatados pelas intuições propulsoras da evolução social e, em consequência, alheios às metas de desenvolvimento perseguidas pelas classes dirigentes do país. (BELTRÃO, 1980, p.41)

Nestes moldes, o Projeto *Mulheres de Argila*, objeto de estudo deste trabalho acadêmico, desenvolve-se em um espaço caracterizado como rural, afastado do centro e com poucas vias de acesso, embora oficialmente a delimitação do espaço em questão ainda corresponda a zona urbana de Caruaru, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). No entanto, as características históricas, de âmbito artesanal, de formação agrícola, e geográfica distanciam o lugar dos conceitos sobre urbanidade que foram absorvidos, inclusive, pelo conjunto da população caruaruense que ainda observa o local como área predominantemente rural.

Ainda no contexto de conjuntos segregados, o conceito de Grupos Culturalmente Marginalizados também se torna imprescindível para esta pesquisa. Entende-se por grupos à margem, na perspectiva cultural, os conjuntos que adotam uma ideologia antagonista ao pensamento geral, emitindo sinais de contraposição que podem ser de ordem religiosa, comportamental, social e até política.

Levando-se em conta este cenário, propõe-se que o Projeto *Mulheres de Argila* também se encaixe na conceituação de Grupos Culturalmente Marginalizados, adotando-se duas linhas de pensamento. A primeira, o projeto é composto por um grupo formado inteiramente por mulheres que estão submetidas aos preconceitos sociais, históricos e culturais sofridos pelo gênero em detrimento de uma cultura machista, que influencia não apenas a vida pessoal como também a vida profissional das mulheres, comprometendo sua autonomia econômica com salários baixos ou com a imposição do trabalho doméstico.

A segunda, o grupo desenvolve um artesanato diferenciado do já consolidado artesanato em barro, característico na região, trazendo uma nova proposta para nativos e



turistas que visitam a cidade de Caruaru. Faz-se necessário também explorar a visão minimalista ainda aplicada à prática artesanal, como atividade primária, distante das novas tecnologias e dos métodos formais de comercialização e de técnicas modernas de produção. O artesanato ainda está enraizado pelo imaginário social como práticas fadadas a reprodução da vivência popular, como tradição que não se abatece de inovações, como característica histórica das pequenas cidades interioranas, como arte menos conceituada entre as possíveis manifestações e que deve apresentar apenas valores simbólicos de custo.

Manifestações Dos Grupos Marginalizados Pelos Canais Da Folkcomunicação

Os grupos marginalizados possuem uma dinâmica própria e peculiar que se caracteriza não somente pela intermediação de líderes comunicacionais, mas, também, de canais próprios para a divulgação de suas tradicionais culturas. Os chamados canais folk são desenvolvidos no cerne da coletividade dos ditos marginalizados e diretamente afetados pelas condições financeiras, posições geográficas e traços sociais dos grupos, fazendo inclusive, e principalmente, referência à identidade cultural dos mesmos. Com isso os grupos nos quais a literatura de cordel é uma prática histórica e genuína podem utilizá-lo como um tipo de canal de comunicação, já para algumas comunidades urbanas das grandes metrópoles a tatuagem pode ser a forma escolhida pelos componentes do grupo para a transmissão de significados e mensagens relevantes.

Um dos canais mais tradicionais e comuns a diversas populações é o artesanato, modo cultural popular desenvolvido pelo Projeto *Mulheres de Argila*, objeto de estudo do projeto em questão. Para Cristina Schmidt, o artesanato como canal folkcomunicacional pode ser entendido como:

O artesanato é uma forma muito recorrente de demonstração do cotidiano. Por meio dele são registradas cenas do dia-a-dia, histórias, mitologias, tecnologias. Com as mãos, são registrados os anúncios do momento em madeira, metal, vidro, tecido, papel ou barro. Também plástico, fios, borracha, linhas, alimentos são usados como meio para essa produção. É a vida expressa em materiais e formas diversas. É a comunicação realizada entre os seus interlocutores por meio de canais próprios à sua identidade, localidade. (SCHMIDT, 2012, p. 203)

O uso desses canais não é uma invenção contemporânea, eles existem muito antes de serem estudados e constituem parte integrante da trajetória de muitas



comunidades brasileiras, tornando-se referência para a formação das culturas regionais por aludirem a práticas, costumes, bens materiais e imateriais próprios dos sistemas culturais e de seus atores sociais.

Projeto *Mulheres De Argila*: Artesanato Em Mosaicos De Retalhos De Jeans

Intitulado *Mulheres de Argila*, o projeto analisado se desenvolve no Maior Centro de Artes Figurativas das Américas, o internacionalmente renomado Alto do Moura, localizado no município de Caruaru, Agreste pernambucano. Precisamente na Rua Mestre Vitalino, via que recebe o nome de um dos maiores ícones da arte do barro, dezesseis mulheres compõem o grupo de produção social e econômica criado pela iniciativa do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), através do Projeto de Artesanato do Agreste do Sebrae em Pernambuco, com o apoio do Centro Pernambucano de Design.

O projeto surgiu no ano de 2011, e desde então propõe para Caruaru uma nova conjuntura de artesanato que se diferencia da produção em argila que retrata fatos cotidianos, festas populares, expressões tradicionais da cultura regional e demais facetas do homem e da mulher local, prática que se constituiu historicamente como expoente cultural popular da cultura nordestina. Neste novo contexto, a matéria-prima das artesãs são as orelhas de jeans, ou bordas de tecido, resultante da expressiva geração de peças em jeans do Polo de Confecções do Agreste, segundo maior do país no segmento industrial.

Na perspectiva de promover a autossuficiência econômica das artesãs através de uma proposta inovadora que une produção artesanal, atividade comercial e desenvolvimento sustentável, o coletivo *Mulheres de Argila* surgiu da tendência empreendedora do Sebrae expressa na ideia de formar uma parceria para a confecção de produtos artesanais, sob a orientação de um profissional de design. Partindo deste plano inicial, observou-se a necessidade do Polo de Confecções do Agreste em destinar os resíduos oriundos da produção de roupas, tendo em vista que o material em questão não era reutilizado para outros fins e ainda não havia se formulado uma solução ecologicamente correta para o descarte do mesmo.

O Polo de Confecções do Agreste, representado mais expressivamente pelas cidades de Caruaru, Santa Cruz do Capibaribe e Toritama-embora recente pesquisa realizada em 2012 pelo Sebrae tenha atestado que dez municípios contribuem com o



crescimento do polo no cenário atual- é composto por diversas empresas que atuam no segmento têxtil em Pernambuco. No entanto, não se trata de uma produção homogênea que tenha como matérias-primas as mesmas bases, contrariamente, encontra-se neste conglomerado comercial uma extensa variedade de cores, tamanhos, texturas e tecidos. Levando- se em consideração a realidade apresentada, o Sebrae desenvolveu testes com materiais diversos para encontrar a versão que melhor iria se adaptar a proposta do projeto, para isso o consultor e estilista Melk Z-Da foi incorporado a realização dos estudos iniciais, sendo favorável a escolha das ourelas de jeans como matéria-prima para a criação do *Mulheres de Argila*, identificando em sua decisão o apelo ecológico do material.

Desde a criação, a sede do grupo se localiza no Alto do Moura, berço histórico da cultura do artesanato em barro de Caruaru. O espaço ainda comporta a loja própria do projeto, umas das principais formas de comercialização dos produtos em conjunto com as participações em feiras de artesanato no Estado, a exemplo da Feira Nacional de Negócios do Artesanato (Fenearte), realizada no Centro de Convenções de Pernambuco, em Olinda, na Região Metropolitana do Recife.

Constitui-se como marca do *Mulheres de Argila* homenagear uma artesã do Alto do Moura a cada coleção elaborada. A personagem em questão não apenas tem seu nome como título do conjunto de peças produzido, mas, também, tem sua história retrata na divulgação das coleções e inspira a nomeação das unidades confeccionadas em ourelas de jeans. O nome é escolhido através de votação coletiva. A iniciativa de titulação simbólica representa a valorização da mulher artesã e de sua história como importante componente da construção da identidade cultural da cidade.

Em números, por mês, são confeccionadas mil peças resultantes da utilização de quatro toneladas de jeans absorvidas pelo projeto, doadas pelas chamadas empresas-madrinhas que compõem o Polo de Confecções do Agreste e participam como parceiras na execução do projeto através da doação dos resíduos.

Mulheres de Argila: a nova proposta à luz da teoria Folkcomunicacional

O projeto escolhido como objeto de estudo deste trabalho acadêmico contempla questões pertinentes aos atuais estudos da teoria da Folkcomunicação, que foi escolhida como reflexão teórica para a realização desta exposição monográfica. A análise da proposta inovadora do *Mulheres de Argila* ainda permitiu a abordagem dos conceitos de



cultura popular, cultura de massa, folclore, hibridização cultural e afirmação das identidades individuais e culturais, ponderadas no contexto contemporâneo das transformações proporcionadas pelas inovações tecnológicas que acarretam mudanças psicológicas e comportamentais da humanidade defronte à era da globalização que supera barreiras físicas e transforma o mundo em aldeia global conectada ciberneticamente quase que em sua totalidade.

Após minuciosa revisão de literatura sobre as considerações de teóricos renomados sobre os assuntos citados acima, observa-se que o coletivo associa-se ao diálogo folkcomunicação podendo ser considerado como um exemplo recente para as discussões levantadas outrora pelo precursor da tese de doutoramento, Luiz Beltrão, ao apresentar características que o permite ser qualificado como um expoente da Folkcomunicação. A cooperativa atua no âmbito da cultura popular criando peças artesanais fabricadas a partir do uso de retalhos de jeans, que seriam descartados no meio ambiente por falta de destino adequado, contribuindo com a atmosfera cultural da cidade de Caruaru-PE, são peças utilizadas como artigos de decoração, acessórios e até mesmo vestuário fabricados no Alto do Moura, Maior Centro de Artes Figurativas das Américas, local de referência para o artesanato em barro produzido no município internacionalmente prestigiado.

Constituindo-se como o primeiro expoente deste tipo de produção na cidade, o projeto representa uma nova conjuntura para a prática e o imaginário da atividade artesanal que caracteriza o agreste pernambucano, especificamente o município de Caruaru. Alimentando-se da cultura popular, não apenas se desenvolve no espaço mais característico no sentido folclórico da região, mas, também, homenageia a história de mulheres que se dedicaram a esta arte popular em suas coleções e oferecem aos consumidores peças familiares a preferência da comunidade, com características e utilidades que são facilmente reconhecidas por aqueles que dividem com o projeto as mesmas raízes de identidade.

É nesse sentido que o auto intitulado artesanato valoriza e enaltece a cultura regional ao escolher inspirar-se na história de mulheres artesãs que contribuíram para a herança geracional do artesanato em barro local, as histórias de vida e carreira destas atrizes sociais servem como inspiração para a criação das coleções do projeto, que procuram descrever aspectos significativos de suas trajetórias nos materiais que são confeccionados. Desta maneira, cores, formas e nomeações das peças refletem



simbolicamente o reconhecimento dado e a continuidade do legado proporcionada pela escolha das integrantes do grupo.

Em face disso, percebe-se o intuito de perpetuar a importância das personagens para os anais da cultura regional, resgatando-a e interpretando-a por intermédio de novos moldes. Neste aspecto, corresponde aos princípios de tradicionalidade defendidos por autores ao tratar das expressões populares da cultura em termos gerais, no contexto do entendimento sobre o conceito de folclore que deu base as definições taxonômicas da teoria da Folkcomunicação.

Por questões anteriormente explicitadas, é oportuno afirmar que o coletivo analisado pode sim corresponder ao entendimento sobre grupos marginalizados defendidos por Beltrão na construção da primeira teoria científica da área da comunicação no Brasil. Adotando-se três parâmetros de análise, que se baseiam nos princípios defendidos pelo teórico, sendo eles o de grupo rural marginalizado, tendo em vista que mesmo se localizando em um espaço geograficamente definido como urbano, posicionado a sete quilômetros do centro de Caruaru de acordo com censo/2000 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) sendo considerado nos dias atuais como bairro, o espaço apresenta características rurais evidentes que vão desde a vegetação que circunda o ambiente, até as atividades lucrativas desenvolvidas que são predominantemente primárias, dominadas pela prática artesanal e agrícola, levando-se ainda em consideração que os moradores apresentam origem familiar ou própria rural. Ainda neste aspecto de definição, atenta-se para a existência de um cenário rústico que não apresenta construções verticais, mas é composto por casas e ateliês que refletem o modo de vida simples, a herança familiar da arte manual, mas que também já permite a observação das transformações proporcionadas pelo contato com a cultura de massa, como reflete José Carlos de Mélo e Silva ao pesquisar as reconversões culturais em outro tipo de artesanato, a cerâmica figurativa do Alto do Moura.

O Alto do Moura, desde sua localização e, relação ao centro de Caruaru aos hábitos da sua população, passando pela arquitetura, pelo cotidiano e pelo trabalho, mostra-se cada vez mais híbrido como o massivo. Os costumes do homem agropastoril como a pesca, o passeio no campo, o forno a lenha, o banho de açude, a própria linguagem se mesclam como o urbano, as novas tecnologias como a antena parabólica e o aparelho de DVD, com os bares e restaurantes cheios de propaganda de bebidas, com os clientes e turistas estrangeiros, enfim é um sistema cada vez mais complexo fruto da lógica do consumo. (SILVA, 2007, p. 73)



Deste modo, em relação ao restante da população urbana do município, a comunidade do Alto do Moura, da qual as artesãs do *Mulheres de Argila* fazem parte, não acompanha o acelerado desenvolvimento que a parte urbana da localidade, de uma maneira geral, sofre. Na verdade, na visão coletiva dos munícipes e até mesmo de turistas que frequentam o lugar, especialmente durante os festejos juninos, a conotação atribuída ao bairro é de área rural e não urbana pelos aspectos antes citados, mas, também pela falta de identificação do visitante que se reconhece urbano com os aspectos rústicos facilmente percebidos no contexto que reforçam o distanciamento existente mesmo em se tratando de pessoas pertencentes à mesma municipalidade.

Ainda no tocante aos grupos marginalizados, o coletivo se comparado a generalidade do núcleo artesanal, pode ser tido como conjuntura à margem, devido ao fato de apresentar uma inédita modalidade de artesanato que embora em nome homenageia a principal matéria-prima dos artesãos e artesãs do Alto do Moura, a argila, utiliza-se de ourelas de jeans, tecido disponível e característico da região, segundo maior polo de confecção nacional, matéria que até então não havia sido usado para finalidades artesanais.

Considerações Finais

Diante de tal discussão foi possível perceber a necessidade da continuidade dos estudos folkcomunicacionais serem cada vez mais abrangentes, no sentido de aprofundarem as concepções atribuídas por Luiz Beltrão à teoria levando em consideração as transformações sofridas pela humanidade, desde as proporções menores até as mais generalizantes como a globalização que representa o ápice das relações cibernéticas, dos avanços tecnológicos e das modificações de consumo que acabam por reverberar em quase todos os aspectos das experiências coletivas e até mesmo individuais. A pesquisa permitiu que na busca por dialogar com estas metamorfoses fosse encontrado um objeto de estudo que contemplasse estas questões, por associar uma expressão contemporânea da identidade popular com os traços da modernidade, ligados principalmente à cultura de massa.

O estudo sobre o Projeto *Mulheres de Argila* compreende inquietações do setor acadêmico com relação às novas conjunturas da prática artesanal, por apresentar entre outros quesitos a utilização de um material de base inovador para ser transformado pelas mãos das artesãs em arte através da confecção de peças de indumentária e decoração;



por ter como inspiração criadora a vida de mulheres artesãs do barro como fonte para a projeção das suas produções, homenageando-as e contribuindo com a perpetuação da tradição do barro e das pessoas que se dedicaram a construção desta cultura, adotando, inclusive, como nome do projeto uma referência a esta ligação e ainda assim faz uso das redes sociais, de materiais publicitários de divulgação, das formas características da comercialização formal, do ateliê como ponto de vendas, entre as características anteriormente citadas que demonstram o reflexo da hibridização.

Portanto, foi notório identificar a coexistência das culturas em um mesmo objeto, aspecto que já havia sido levantando por Beltrão como passível de observação, as culturas conviverem simultaneamente e influenciarem veículos de comunicação, grupos sociais e seres de uma maneira geral que partilham deste envolvimento que se atenua constantemente. A pesquisa contribuiu com este debate vigente que explora a relação entre popular e massivo, na perspectiva de influenciar outros trabalhos que virão, haja vista que a pesquisa folkcomunicacional se torna um ângulo ainda mais pertinente para a análise destas novas articulações, por refletir sobre este contato e analisá-lo, principalmente, sobre o ponto de vista do impacto as expressões populares. Ao mesmo tempo, a pesquisa defende que a identificação do popular não deve se limitar ao caráter reducionista da busca por manifestações puras, intocáveis. O conceito de popular é amplo e precisa ser tratado como tal, especialmente, nas reflexões desenvolvidas na Academia que irão auxiliar a formação de outros profissionais da Comunicação. O estudo realizado com base no *Mulheres de Argila* demonstrou que embora o coletivo apresente características incomuns, na ótica do popular tradicional, as raízes identitárias encontram-se firmes e são motivadoras do trabalho desenvolvido, as peças são resultados da materialização dos valores de pertencimento das artesãs com o ambiente do Alto do Moura, desde o legado da prática artesanal que, na maioria das vezes, é familiar, mas, também, é comunitário, até a relação com a supremacia do artesanato em barro que embora seja reverenciado não corresponde ao trabalho desenvolvido.



Referências

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

MARQUES DE MELO, José. **Mídia e Cultura Popular: História, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.

LOPES FILHO, Boanerges B. et al. **A Folkcomunicação no limiar do século XXI**. Juiz de Fora-MG: Ed. Da UFJF, 2012.

SILVA, José Carlos de Melo e. **Culturas populares, hibridização e novas ruralidades: reconversões culturais na cerâmica figurativa do Alto do Moura, Caruaru, Pernambuco**. Recife. EDUFRPE, 2007.