

## Taxionomia da Folkcomunicação: gêneros, formatos e tipos <sup>1</sup>

José Marques de Melo<sup>2</sup>

### Resumo:

Embora contabilize 40 anos como disciplina acadêmica, a Folkcomunicação ainda enfrenta problemas de natureza epistemológica. Trata-se de um desafio a ser equacionado pela nova geração de pesquisadores da área. Esta comunicação pretende focalizar a questão taxionômica, propondo uma classificação dos *gêneros* e *formatos* folkcomunicacionais enquanto objetos do seu estudo empírico.

Palavras-chave: Epistemologia da Comunicação. Taxionomia da Comunicação. Folkcomunicação. Gêneros Folkcomunicacionais. Formatos Folkcomunicacionais

### O folclore na idade média

O século XXI desponta sob o signo da globalização acelerada. Na esfera político-econômica, os encontros anuais de *Davos* e *Porto Alegre* oferecem nítidas evidências desse processo mundializador. Agentes da economia internacionalizada e militantes políticos anti-globais reúnem-se para explicitar suas teses e antíteses. Trata-se, contudo, de eventos e performances que se esgotam no imaginário das elites. Frente a eles, as camadas populares agem como meros espectadores midiáticos. Sem apreender-lhes o sentido, os cidadãos comuns terminam por alijar da sua vida cotidiana a retórica dessas manifestações periódicas.

Há, contudo, uma outra dimensão do fenômeno, nem sempre perceptível a olho nu, mas que repercute intensamente nas conversações familiares. Projetando-se nos grupos de vizinhança, essa lógica acaba sendo incorporada ao universo simbólico das comunidades periféricas. Trata-se do mosaico cultural que a mídia globalizada enseja diariamente, rompendo o isolamento social em que os contingentes empobrecidos ou segregados viveram até recentemente. Costumes, tradições, gestos e comportamentos de outros povos, próximos ou distantes, circulam amplamente na *aldeia global*. Da mesma forma, padrões culturais que pareciam sepultados na memória nacional,

---

<sup>1</sup> Comunicação destinada ao XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, INTERCOM/UERJ, 6-9 setembro de 2005

<sup>2</sup> Professor Emérito da Universidade de São Paulo e Diretor-Titular da Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação. Presidente de honra da Rede FOLKCOM.

regional ou local ressuscitam profusamente, facilitando a interação entre gerações diferentes, permitindo o resgate de celebrações, ritos ou festas aparentemente condenados ao esquecimento.

Esse torvelinho cultural que antagoniza, compara, distingue e mescla símbolos de diferentes nações, regiões, cidades, bairros, povoados (COCHRANE, 1995), constitui a expressão contumaz daquela riqueza do folclore midiaticizado. Trata-se de fenômeno antevisto na *teoria folkcomunicação* contida na tese de doutorado de Luiz BELTRÃO (1967).

Nesta conjuntura de sedimentação da *sociedade digital*, ele na verdade corresponde à seqüência histórica daquele episódio que Marshal McLUHAN (1951) havia explorado com argúcia e astúcia em seu livro de estréia, denominando-o *folclore do homem industrial*.

### **Folkmídia**

Há meio século, o folclore da sociedade industrial refletia a apropriação da “cultura popular” pela poderosa “cultura de massas”, processando símbolos e imagens enraizados nas tradições nacionais dos países hegemônicos e convertendo-os em mercadorias para o consumo das multidões planetárias (BAUSINGER, 1961). Por sua vez, o *folclore midiático*, típico da sociedade pós-industrial, configura-se como mosaico de signos procedentes de diferentes geografias nacionais ou regionais, buscando projetar culturas seculares ou emergentes no novo mapa mundial.

Por isso mesmo, os espaços ocupados pelas tradições populares na agenda midiática contemporânea correspondem a iniciativas destinadas a preservar identidades culturais ameaçadas de extermínio ou estagnação, quando confinadas em territórios pretensamente inexpugnáveis. Mas funcionam também como alavancas para a renovação dos modos de agir, pensar e sentir de grupos ou nações que, empurrados conjunturalmente para o isolamento mundial, refluem à incorporação de novidades.

Esse folclore midiaticizado possui dupla face. Da mesma forma que assimila idéias e valores procedentes de outros países, preocupa-se também com a projeção das identidades nacionais, exportando conteúdos que explicitam as singularidades dos povos aspirantes a ocupar espaços abertos no panorama global.

O caso brasileiro torna-se paradigmático neste início de milênio. Nossa cultura nacional foi amalgamada pela conjunção de símbolos oriundos de povos multifacetados. O contingente lusitano trouxe-nos um legado híbrido de tradições euro-latinas, incorporando traços civilizatórios assimilados nos territórios africanos e asiáticos onde suas naves aportaram pioneiramente. Essa matriz hegemônica incorporou traços inconfundíveis das civilizações ameríndias que habitavam o nosso litoral, nos tempos da colonização, e que foram expulsas da faixa atlântica, sobrevivendo isoladamente na selva amazônica e outros focos bravios. A elas se juntaram os costumes e expressões das comunidades africanas, trazidas compulsoriamente nos navios negreiros para desempenhar funções produtivas nas plantações açucareiras, pecuária extensiva ou nos complexos auríferos.

Dessa imbricação simbólica resultou uma pujante *cultura popular* responsável em grande parte pela natureza da identidade nacional brasileira, que se reproduziu heterogeneamente durante cinco séculos em todos os quadrantes da nossa geografia. Contudo, os traços explicitamente homogêneos da chamada *cultura brasileira* são aqueles herdados da *cultura erudita* euro-latina, disseminados sistematicamente pela rede escolar, igreja católica e outras instituições respaldadas pelo aparato estatal.

Trata-se de dualismo cultural que se foi alterando, no decorrer do século XX, pela penetração de padrões consentâneos com a fisionomia polifacética da emergente *cultura de massas*, importada de matrizes inicialmente européias e ultimamente das indústrias simbólicas norte-americanas. Essa corrente teve efeitos significativos na configuração do nosso perfil cultural contemporâneo, que deixa de refletir o “arquipélago cultural” outrora identificado por Manuel DIÉGUES JÚNIOR (1960), projetando aquela faceta que Renato ORTIZ (1988) rotulou apropriadamente como a “moderna tradição brasileira”.

Estamos, portanto, em pleno processo de transmutação da nossa identidade cultural, compelidos a continuar importando padrões oriundos das matrizes da indústria mundial de bens simbólicos, mas também participando desse mercado internacional potencializado pela cultura massiva.

### **McLuhan e Beltrão**

O midiólogo canadense Marshall McLuhan (1951) debutou no cenário intelectual norte-americano, em meados do século XX, com a publicação do livro *The Mechanical Bride*.

Ele partia do pressuposto de que, na sociedade pré-industrial, o *popular* nem sempre teve papel decisivo na configuração do *folclore*. Trata-se de tese semelhante àquela defendida pelos historiadores ingleses HOBBSAWN & RANGER (1997) no sentido de que a *invenção* constituiu fator crucial no alicerce das *tradições* européias. Da mesma maneira que parcelas da herança simbólica da aristocracia britânica foram *fabricadas* pelos historiadores oficiais, a mais genuína cultura popular ianque foi *produzida* por agentes da sociedade civil.

McLUHAN cumpriu a tarefa de surpreendê-la no apogeu da sua apropriação pela mídia, ou seja, quando a *indústria cultural* catalisou os sentidos da sociedade norte-americana. Sua pesquisa tomou como referencial os anúncios publicitários e as peças de entretenimento (quadrinhos, cinema, televisão) difundidos pelos jornais diários e revistas periódicas.

Estava implícita nessa metodologia a idéia de que o “homem industrial”, vivendo nas periferias das megalópoles, inseria-se numa *cultura de massa* enraizada nas *tradições populares*. Este é inegavelmente o “segredo” de todo o êxito alcançado pela indústria midiática dos EUA, alicerçando-se no arsenal simbólico das comunidades rurais edificadas pelos antigos colonizadores ingleses ou no legado cultural introduzido pelos contingentes de imigrantes. Estes formariam comunidades urbanas amalgamadas à forte *cultura popular* norte-americana, preservada pelo aparato estatal e ao mesmo tempo fortalecida pelas agências socializadoras, atuantes em todo o território nacional.

Essa cultura popular massificava-se, criando elos interativos entre *ianques* primitivos e adventícios. Preparava-se o terreno para sua exportação a todo o planeta, consubstanciando a *aldeia global*.

Naquela conjuntura em que Marshall McLuhan formulava hipóteses posteriormente transformadas em realidades inequívocas no norte das Américas, Luiz Beltrão diagnosticava situação diametralmente inversa ao sul do Equador. O Brasil perfilava-se como uma sociedade marcada pela vigência de uma mídia elitista, ancorada nos valores da cultura erudita. Donde a necessidade de decodificação das suas mensagens para serem assimiladas pelas camadas populares da nossa sociedade.

A este processo de tradução dos conteúdos midiáticos, feita pelos “meios populares de informação de fatos e expressão de idéias”, Luiz BELTRÃO (1967) denominou Folkcomunicação. Sua tese de doutorado foi dedicada a elucidar as estratégias e os mecanismos adotados pelos agentes folkcomunicacionais no sentido de tornar inteligíveis fatos (informações), idéias (opiniões) e diversões (entretenimento). Em pesquisas posteriores BELTRÃO (1980) comprovou que a imprensa, o rádio, a televisão e o cinema difundem mensagens que não logram a compreensão de vastos continentes populacionais. Esses bolsões “culturalmente marginalizados” reagem de forma nem sempre ostensiva, robustecendo um sistema midiático alternativo. Constroem e acionam veículos artesanais ou canais rústicos, muitas vezes estabelecendo uma espécie de *feedback* em relação ao sistema hegemônico.

As pesquisas desenvolvidas pelos discípulos de Luiz Beltrão atestam a pujança dos processos folkcomunicacionais na base da nossa sociedade, tendo em vista a persistência daqueles contingentes “marginalizados” da sociedade de consumo que ainda demandam a decodificação “popular” dos conteúdos elitistas veiculados pela mídia convencional (BENJAMIN, 2000). Evidencia-se, contudo, a emergência de uma corrente em sentido oposto, qual seja a incidência de temas populares na mídia massiva, refletindo a sensibilidade dos seus editores para corresponder às expectativas dos segmentos que se incorporam ao seu mercado consumidor, principalmente na imprensa diária. Tais processos folkmidiáticos (MARQUES DE MELO, 2004) começam a ser desvendados pela nova geração que integra a Rede Brasileira de Pesquisadores de Folkcomunicação.

A confirmar-se essa tendência, estaríamos reproduzindo, meio século depois, aquele fenômeno que McLUHAN identificara na América do Norte (Estados Unidos e Canadá), dando-lhe o rótulo de ‘folclore do homem industrial’.

### O legado de Luiz Beltrão

A Folkcomunicação configura-se, hoje, como um segmento inovador de pesquisa latino-americana no âmbito das ciências da comunicação.

O objeto de pesquisa dessa nova disciplina está situado 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).

Se o **Folclore** compreende *formas interpessoais ou grupais de manifestação cultural protagonizadas pelas classes subalternas*, a **Folkcomunicação** caracteriza-se pela utilização de *mecanismos capazes de difusão simbólica de expressar, em linguagem popular, mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural*.

Esta era a compreensão original de Luiz Beltrão, que a entendia como **processo de intermediação entre a cultura das elites** (erudita ou massiva) e **a cultura das classes trabalhadoras** (rurais ou urbanas).

Tratava-se daquela “segunda etapa” do processo de difusão massiva concebido pelo sociólogo Paul Lazarsfeld e seus discípulos da Universidade de Columbia. Porém com uma diferença fundamental. Enquanto os cientistas norte-americanos vislumbravam o protagonismo individual de “líderes de opinião” em “grupos primários”, o fundador da folkcomunicação dimensionava a influência coletiva de “agentes folk” no seio de “comunidades periféricas”.

Dentro dessa perspectiva realizaram-se as primeiras pesquisas do gênero, privilegiando aquelas **decodificações da cultura de massa** (ou suas leituras simplificadoras da cultura erudita) **feitas pelos veículos rudimentares nos quais se abastecem simbolicamente os segmentos populares da sociedade**.

Contudo, para legitimar-se socialmente e para conquistar os mercados constituídos por cidadãos que não assimilaram inteiramente a cultura alfabética, a indústria cultural brasileira necessitou retro-alimentar-se continuamente na cultura popular. Muitos dos seus produtos típicos, principalmente no setor do entretenimento, resgataram símbolos populares, submetendo-os à padronização peculiar à fabricação massiva e seriada.

Em face disso, os discípulos de Luiz Beltrão ampliaram o raio de observação dos fenômenos folkcomunicacionais, não se limitando a analisar as estratégias da recodificação popular de mensagens da cultura massiva, mas também rastreando os processos inversos (BENJAMIN, 2004). Ou seja, pesquisando a apropriação de bens da cultura popular pela indústria cultural (tanto os meios de comunicação coletiva quanto os aparatos do lazer massivo, principalmente o turismo).

A folkcomunicação adquire cada vez mais importância pela sua natureza de instância mediadora entre a cultura de massa e a cultura popular, protagonizando fluxos bidirecionais e sedimentando processos de hibridação

simbólica. Ela representa inegavelmente uma estratégia contra-hegemônica das classes subalternas (MARQUES DE MELO, 1980). Trata-se de uma negociação a um só tempo sutil e astuciosa, naquela acepção cunhada pelo italiano Antonio GRAMSCI (1979) e reinterpretada pelo brasileiro Edison CARNEIRO (1965), que influenciou decisivamente o arcabouço teórico construído por Luiz Beltrão.

### **Gêneros e formatos**

Apesar dos avanços obtidos pela Folkcomunicação enquanto disciplina acadêmica, algumas questões de natureza metodológica continuam a merecer a atenção dos estudiosos da área.

Samantha CASTELO BRANCO (2005) ofereceu uma boa contribuição aos jovens pesquisadores, sistematizando a metodologia da pesquisa folkcomunicacional. Nessa linha construtiva, gostaria de submeter à comunidade acadêmica uma tentativa de classificação dos seus “gêneros e formatos”, retomando o esboço que havia construído há vários anos (MARQUES DE MELO, 1979), mas que permaneceu inacabado, à espera de novas contribuições.

Trata-se de uma tipologia resultante do diálogo que manteve, no final dos anos 70, com o fundador da nossa disciplina, agora atualizado através de consulta a obras legitimadas da bibliografia da ciência do folclore (ZUMWALT, 1988; LIMA, 2003 ).

Na versão atualizada da sua teoria da folkcomunicação, BELTRÃO (1980) propõe a classificação dos fenômenos da comunicação popular, que pode ser tomada como um elenco dos “gêneros folkcomunicacionais” :

**Folkcomunicação oral**

**Folkcomunicação musical**

**Folkcomunicação escrita**

**Folkcomunicação icônica**

**Folkcomunicação cinética**

Entretanto, essa classificação parece problemática, por duas razões: 1) a dificuldade de distinguir as fronteiras entre “oral e musical”, uma vez que a captação das mensagens se fez através da “audição”; 2) o caráter reducionista da “escrita”, que pode ser confundida como “manuscrito”.

Assim sendo, preferimos trabalhar com o esquema classificatório que esboçamos em 1979, introduzindo uma pequena alteração – o gênero primitivamente denominado “folkcomunicação escrita” passa ser rotulado como “folkcomunicação visual”, incluindo não apenas as expressões “manuscritas”, mas também as “impressas” e as “pictográficas”, todas elas captadas através da “visão”.

A “Tipologia da Folkcomunicação”, em anexo, constitui, na verdade, um desafio aos pesquisadores comprometidos com a sedimentação desta disciplina. Somente através do inventário de fontes documentais ou da realização de pesquisa de campo será possível atestar sua validade em todo o território nacional.

Proponho que os integrantes da Rede Folkcom, bem como os membros do Núcleo de Pesquisa em Folkcomunicação da INTERCOM, façam, nas respectivas regiões em que atuam, exercícios de comprovação da aplicabilidade deste esquema, socializando amplamente os resultados obtidos. Só desta maneira, poderemos construir um repertório taxionômico (ORING, 1986) capaz de consolidar a Folkcomunicação como disciplina integrada ao universo das ciências da comunicação.

Fontes bibliográficas:

BAUSINGER, Hermann

1961 – *Volkskultur in der technischen Welt*, Stuttgart, W. Kohlhammer GmbH  
(Tradução norte-americana: Indiana University Press, 1990)

BELTRÃO, Luiz

1967 – *Folkcomunicação – Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias* (tese de doutorado), Brasília, Universidade de Brasília (Esta obra foi recentemente publicada pela coleção Comunicação da EDIPUCRS, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001)

1971 – *Comunicação e Folclore*, São Paulo, Melhoramentos

1980 – *Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados*, Cortez, p. 259-279



BENJAMIN, Roberto

2000 – *Folkcomunicação no contexto de massa*, João Pessoa, Editora da Universidade Federal da Paraíba

2004 – *Folkcomunicação na sociedade contemporânea*, Porto Alegre, Comissão Gaúcha de Folclore

BRANDÃO, Theo

2003 – *Folgedos Natalinos*, 3ª. Ed., Maceió, Editora da UFAL

CARNEIRO, Edison

1957 – *A Sabedoria Popular*, Rio de Janeiro, Ministério da Educação e Cultura, Instituto Nacional do Livro

1965 - – *A dinâmica do folclore* , Rio de Janeiro, Civilização Brasileira

CASTELO BRANCO, Samantha

2005 – Metodologia folkcomunicacional: teoria e prática, In: DUARTE & BARROS, org. *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*, São Paulo, Atlas, p. 110-124

COCHRANE, Allan

1995 – Global worlds and worlds of difference, In: ANDERSON, BROOK and COCHRANE, eds. – *A Global World ?*, New York, Oxford University Press, p. 249-280

DIÉGUES JÚNIOR., Manuel

1960 – *Regiões Culturais do Brasil*, Rio de Janeiro, MEC-INEP

GRAMSCI, Antonio

1979 – History of the Subaltern Classes: Methodological Criteria, In: MATTELART, Armand and SIEGELAUB, Seth, orgs. – *Communication and Class Struggle*, 1o. vol., Paris, IMMRC, p. 90-91

HOBSBAWN, Eric & RINGER, Terence

1997 – *A invenção das tradições*, Rio de Janeiro, Paz e Terra

LIMA, Rossini Tavares de

1972 – *Abecê do folclore*, 5ª. Ed., São Paulo, Ricordi

2003 – *A ciência do folclore*, São Paulo, Martins Fontes

MAYNARD ARAÚJO, Alceu

1973 – *Cultura Popular Brasileira*, São Paulo, Melhoramentos

MARQUES DE MELO, José

1979 – Sistemas de comunicação no Brasil, In: MARQUES DE MELO, FADUL & LINS DA SILVA – *Ideologias e Poder no Ensino de Comunicação*, São Paulo, Cortez & Moraes, p. 211-239

1980 – *Comunicação e classes subalternas*, São Paulo, Cortez, p.111-14

2004 – O folclore midiático, In: *A esfinge midiática*, São Paulo, Paulus, p. 269-272

2004b – Comunicação, região, desenvolvimento, In: MARQUES DE MELO, BRUM, LINHARES, BRITO & GOBBI, orgs. - *Comunicação, região & desenvolvimento*, Campo Grande, Ed. UNIDERP, p. 19-26

McLUHAN, Marshall

1951 – *The Mechanical Bride – Folklore of the Industrial Man*, Boston, Beacon Press

ORING, Elliott, org.

1986 – *Folk Groups and Folklore Genres*, Logan Utah, Utah State University Press

ORTIZ, Renato

1988 – *A moderna tradição brasileira*, São Paulo, Brasiliense

PELLEGRINI FILHO, Américo

1975 – *Calendário e documentário do folclore paulista*, São Paulo, Instituto Musical de São Paulo

ZUMWALT, Rosemary Lévy

1988 – *American Folklore Scholarship: a dialogue of dissent*, Bloomington, Indiana University Press

Anexo

## Tipologia da Folkcomunicação

**José Marques de Melo**  
Universidade Metodista de São Paulo

### 1. Conceitos e termos

**Categoria:** Conjunto de manifestações simbólicas determinadas pela combinação do canal e da audiência

#### **FOLKCOMUNICAÇÃO**

**Gênero:** Forma de expressão determinada pela combinação de canal e código

Folkcomunicação oral (canal auditivo / códigos verbal/musical)

Folkcomunicação visual (canal ótico / códigos lingüístico/pictórico)

Folkcomunicação icônica (canais ótico/táctil / códigos estético/funcional)

Folkcomunicação cinética (múltiplos canais / códigos gestual/plástico)

**Formato:** Estratégia de difusão simbólica determinada pela combinação de intenções (emissor) e de motivações (receptor)

Folkcomunicação oral - Canto, Música, Prosa, Verso, Colóquio, Rumor, Tagarelice, Zombaria, Passatempo, Reza

Folkcomunicação visual – Escrito, Impresso, Mural ou Pictográfico

Folkcomunicação icônica – Devocional, Diversional, Decorativo, Nutritivo, Bélico, Funerário, Utilitário

Folkcomunicação cinética – Agremiação, Celebração, Distração, Manifestação, Folgado, Festejo, Dança, Rito de passagem

**Tipo:** Variação estratégica determinada pelas opções simbólicas do emissor, bem como por fatores residuais ou aleatórios típicos da recepção.

## 2. Tipologia

Gênero: **Folkcomunicação Oral**

Formato: **Canto**

*Tipos:*

Aboio

Acalanto

Canto de bebida

Cantiga de mendigo

Canto de trabalho

Coreto

Embolada

Pregão

Toada

Formato: **Música**

*Tipos:*

Baião

Chimarrete

Chula

Choro

Dobrado

Lundu

Moda de viola

Samba de breque

Formato: **Prosa**

*Tipos:*

Conto de fada

Lenda

Saudação

Sermão

Formato: **Verso**

*Tipos:*

Cantoria

Glosa

Parlenda

Trova

Formato: **Colóquio**

*Tipos:*

Conversa fiada

Conchavo

Formato: **Rumor**

*Tipos:*

Boato

Fofoca

Formato: **Tagarelice**

*Tipos:*

Bordão

Gíria

Palavrão

Formato: **Zombaria**

*Tipos:*

Anedota

Apelido

Formato: **Passatempo**

*Tipos:*

Adivinhação

Charada

Provérbio

Formato: **Reza**

*Tipos:*

Bendito

Incelência

Ladainha

**Gênero: Folkcomunicação visual**

Formato: **Escrito**

*Tipos:*

Abaixo assinado

Carta anônima

Carta devota

Correio sentimental

Corrente

Formato: **Impresso**

*Tipos:*

Almanaque de cordel

Almanaque de farmácia

Graça alcançada

Literatura de cordel

Literatura mediúnica

Livro de sorte

Oração milagrosa

Panfleto

Santinho de propaganda

Volante publicitários

Xilogravura popular

Formato: **Mural**

*Tipos:*

Cartaz  
Folhinha  
Facha  
Grafito de banheiro/latrina  
Jornal mural  
Pichação de parede  
Pasquim em verso

Formato: **Pictográfico**

*Tipos:*

Adesivo  
Camiseta  
Epitáfio  
Flâmula  
Legenda de caminhão  
Pintura mediúnica  
Tatuagem

*Folkcomunicação icônica*

Formato: **Devocional**

*Tipos:*

Amuleto  
Ex-voto (promessa)  
Imagem de santo  
Medalha  
Presépio

Formato: **Diversional**

*Tipos:*

Boneca de pano  
Boneco de barro  
Brinquedo artesanal  
Jogos infantis

**Formato: Decorativo***Tipos:*

Adornos pessoais  
Bordados de cama e mesa  
Cestaria  
Ornamentos domésticos  
Figuras de enfeite  
Luminárias

**Formato: Nutritivo***Tipos:*

Bolos  
Biscoitos  
Pães

**Formato: Bélico***Tipos:*

Armas  
Fardas  
Estandartes  
Troféus

**Formato: Funerário***Tipos:*

Coroas  
Lápides  
Mortalhas  
Túmulos

**Formato: Utilitário***Tipos:*

Faiança



Mobiliário  
Vestuário

### *Folkcomunicação cinética*

Formato: **Agremiação**

*Tipos:*

Bloco carnavalesco  
Clube de mães  
Comunidade de base  
Escola de samba  
Escola dominical  
Mutirão  
Troça

Formato: **Celebração**

*Tipos:*

Afoxé  
Candomblé  
Macumba  
Missa crioula  
Procissão  
Peregrinação  
Toré  
Umbanda  
Vigília a Iemanjá

Formato: **Distração**

*Tipos:*

Amarelinha  
Bazar  
Capoeira  
Circo mambembe  
Horóscopo  
Jogo do bicho

Mafuá  
Mamulengo  
Pelada de várzea  
Quermesse  
Rodeio crioulo  
Tourada  
Vaquejada

Formato: **Manifestação**

*Tipos:*

Campanha  
Comício  
Desfile  
Greve  
Marcha  
Passeata  
Parada  
Queima de Judas  
Trote de calouros

Formato: **Folguedo**

*Tipos:*

Baiana  
Bumba-meu-boi  
Cavalhada  
Chegança  
Caboclinho  
Fandango  
Folia de reis  
Guerreiro  
Marujada  
Maracatu  
Pastoril  
Reisado  
Taieira

**Formato: Festejo***Tipos:*

Carnaval

Festa cívica

Festa da padroeira

Festa da produção

Festa do Divino

Festa junina

Festa natalina

Micareme/micareta

Forró

Funk carioca

Rap paulista

**Formato: Dança***Tipos:*

Batuque

Caiapó

Catira

Congada

Cururu

Ciranda

Coco-de-roda

Dança de moçambique

Flamengo

Frevo

Galope

Jongo

Marcha-rancho

Maxixe

Mazurca

Quadrilha

Samba

Sapateado

Tango

Ticumbi

Valsa

Xaxado

Formato: **Rito de passagem**

*Tipos:*

Aniversário natalício

Batizado

Boda

Chá-de-bebê

Chá-de-cozinha

Despedida-de-solteiro

Formatura

Velório