

**CINE Y
FOLKCOMUNICACIÓN: un
análisis a partir de la
película "Coco"**

**CINEMA AND
FOLKCOMMUNICATIONS: an analysis
based on the movie "Coco"**

**CINEMA E FOLKCOMMUNICATIONS:
uma análise baseada no filme "Coco"**

**Cristian Yáñez Aguilar¹
Arturo Figueroa Gunther^{2, 3}**

RESUMEN

El presente artículo reflexiona desde la perspectiva de la folkcomunicación en torno a la apropiación de la cultura popular mexicana por parte de la industria cinematográfica de Hollywood a través de la premiada película Cócó. A partir de una caracterización cualitativa y un análisis basado en la teoría folkcomunicación se propone como hipótesis que la película se apropia de un patrimonio cultural presente en México como es el Día de Muertos. Sin embargo, la festividad asociada a los difuntos forma parte de una base cultural que está presente a lo largo de América Latina y en distintas culturas del mundo ante la expresión transversal de la muerte.

PALABRAS CLAVE: Cine y folkcomunicación; Patrimonio; Cultura Popular.

¹ Doutor En Ciências Humanas. Académico en el Instituto de Comunicación Social, Universidad Austral de Chile. Correo electrónico: cyanezaguilard@gmail.com.

² Investigador del área Audiovisual en el Instituto de Comunicación Social de la UACH. Director Escuela de Periodismo, Universidad Austral de Chile. Correo electrónico: jafiguero@uach.cl.

³ Endereço de contato dos autores (por correio): Universidad Austral de Chile. Instituto de Comunicación Social. Avenida Independencia 631, Valdivia, Chile.

ABSTRACT

The present article reflects from the perspective of the folkcomunicación around the appropriation of the Mexican popular culture on the part of the cinematographic industry of Hollywood through the awarded film *Cóco*. From a qualitative characterization and an analysis based on the theory folkcomunicación is proposed as a hypothesis that the film appropriates a cultural heritage present in Mexico as it is the Day of the Dead. However, the festivity associated with the deceased forms part of a cultural base that is present throughout Latin America and in different cultures of the world in the face of the transverse expression of death.

KEYWORDS: Cinema and folkcommunications; Heritage; Popular Culture.

RESUMO

O presente artigo reflete desde a perspectiva da folkcomunicación em torno da apropriação da cultura popular mexicana por parte da indústria cinematográfica de Hollywood por meio do filme premiado *Cóco*. A partir de uma caracterização qualitativa e uma análise baseada na teoria folkcomunicacional é proposto como uma hipótese de que o filme se apropria de uma herança cultural presente no México como é o Dia dos Mortos. No entanto, a festividade associada aos falecidos fazem parte de uma base cultural que está presente em toda a América Latina e em diferentes culturas do mundo em face da expressão transversal da morte.

PALAVRAS-CHAVES: Cinema e Folclórica; Patrimônio; Cultura Popular.

Recebido em: 30.11.2017. Aceito em: 16.05.2018. Publicado em: 01.08.2018.

Discusión inicial: la folkcomunicación, la industria cinematográfica y los procesos de apropiación en cadenas comunicacionales

La folkcomunicación surge en un período y su propia existencia expresa un proceso social y culturalmente relevante: la modernización que vive Brasil hacia la segunda mitad del siglo XX. Esto es importante porque necesariamente implica procesos comunes con el resto de América Latina. Cabe señalar que, atendiendo a situaciones históricas, este proceso se lleva a cabo generando procesos de contradicción económica y social. Así lo enfatiza Gushiken (2011), para quien una de las razones fundamentales en la atribución del valor científico de esta teoría en el seno de las ciencias de la comunicación, es el hecho de que “constituye una perspectiva teórica que enfatiza las transformaciones por las cuales pasaba la cultura popular, en especial el folclore, en sus relaciones con el proceso de modernización de un país latinoamericano como Brasil” (GUSHIKEN, 2011)

La teoría de la folkcomunicación nace en el proceso de modernización de Brasil (GUSHIKEN, 2011), es decir, en el período en que comienzan a instalarse los medios de comunicación industriales: el cine, la radio, la televisión y la prensa. El que su fundador, Luiz Beltrao, encuentre un fundamento comunicacional en el folclore es relevante porque provoca un diálogo entre dos campos que en términos generales han sido estudiados como autónomos e independientes: la comunicación mediática y el folclore⁴. Precisamente son las condiciones sociales de

⁴ Es curioso y al mismo tiempo relevante que una corriente de los Estudios Folclóricos desde los años sesenta hayan tomado el camino de la Etnografía de la Comunicación y la Performance, generando vínculos entre el análisis de las manifestaciones expresivas y sus vínculos con vehículos electrónicos de la comunicación. En América Latina esta corriente fue difundida a través de la Revista de Investigaciones Folklóricas en Argentina y tuvo como una de sus investigadoras fundamentales a la Dra. Martha Blache (YÁÑEZ AGUILAR, 2016).

un Brasil con amplios contingentes de sectores sociales con problemas económicos los que permiten estudiar cómo es que en los segmentos marginalizados las manifestaciones folclóricas median entre los contenidos de las culturas populares y aquellas que provienen de los grandes medios.

Tras la obra de Luis Beltrao, uno de los continuadores de esta corriente es el profesor Roberto Benjamin, quien explícitamente aborda las formas en las cuales se expresan los procesos de circulación e interrelaciones entre los distintos campos. Utilizando la noción de "sociedad folk", Roberto Benjamin distingue varios procesos, entre ellos, aquellos en los cuales los medios masivos se apropian de las manifestaciones culturales. Posteriormente encontramos la obra del profesor Dr. Joseph Luyten plantea la noción de Folkmedia para dar cuenta de aquellos procesos en los cuales los medios masivos se apropian de las manifestaciones culturales populares.

Ahora bien, conviene también preguntarse por la naturaleza que distingue los procesos que se producen desde el cine proponemos utilizar la noción de industria cultural proveniente de la Escuela de Frankfurt. En términos generales, estas se caracterizan porque reducen la cultura a la lógica de un capitalismo que tiene una de sus expresiones básicas en la reproducción serial y en proponer una lógica de relación social con base en el consumo. Lo anterior no debilita el que las industrias culturales puedan nutrirse precisamente de los bienes culturales empíricos que se producen en el seno de unos espacios culturales dinámicos y mediados por los sistemas socioeconómicos existentes. Desde la nomenclatura que propone el campo de la folkcomunicación, al analizar la apropiación que el cine hace del Día de Muertos en México, estaríamos ante un típico proceso

folkmediático donde los elementos de la cultura popular son llevados al cine desde se realiza una traducción.

Pues bien, por un lado tenemos el cine que constituye una industria cultural que opera bajo la lógica de la producción, distribución, circulación y consumo y que, desde su lógica, puede apropiarse de elementos significativos para diversas poblaciones. Cuando la referencia es explícita a manifestaciones expresivas de sectores culturales, principalmente subalternos, podemos hablar de procesos de FolkMedia. Al configurar una narrativa específica como una "Película" que utiliza elementos dinámicos de un segmento sociocultural, estamos necesariamente ante un ejercicio de escritura cuyos códigos expresivos responden al lenguaje cinematográfico. Por lo tanto, al apropiarse de un patrimonio cultural en que se entremezclan lo material y lo simbólico, estamos ante un escenario propicio para el análisis folkcomunicacional.

Particularmente en el caso que nos interesa, observamos una película cuyo foco es la concepción de la muerte con las prácticas rituales que tienen vida en México los días 1 y 2 de Noviembre. Lo relevante de la situación es que estamos ante una experiencia transversal como es la muerte que es reconstruida cinematográficamente en base a una apropiación de elementos expresivos particulares a una parte de la sociedad latinoamericana, donde se entremezclan los bienes materiales y simbólicos. Dicho de otro modo, la película es un discurso que se apropia de un patrimonio cultural y construye nuevas relaciones en base al propio lenguaje cinematográfico.

Breve aproximación a la celebración del Día de Muertos en México

En primer lugar, debemos ser sumamente cautelosos en aclarar, una vez más, que el objeto de este trabajo se circunscribe al ámbito de la folkcomunicación y no es un trabajo en torno al Día de Muertos en México, para lo cual hay otros campos disciplinarios cuyos abordajes son más pertinentes. Desde esta perspectiva, nuestro abordaje busca dar cuenta de la apropiación de un fenómeno local –con alcances más allá de lo local- que aparece apropiado por la industria cinematográfica como expresión de una globalización neoliberal.

En función de lo anterior, es que referimos al Día de Muertos en México – elemento central para la construcción del argumento en la película “Coco”, debemos observar que la concepción de la vida y la muerte tiene profundas raíces prehispánicas. Denis et al (2012) nos proporcionan elementos generales en esta dirección que nos parecen muy relevantes para el abordaje que proponemos. Estos autores nos recuerdan que las celebraciones en torno a la muerte constituyen un elemento fundamental en el período prehispánico, pues

“el acto de morir era el comienzo de un viaje hacia el Mictlán, el reino de los muertos descarnados o inframundo, también llamado Xiomoayan, término que los españoles tradujeron como infierno. Este viaje duraba cuatro días. Al llegar a su destino, el viajero ofrecía obsequios a los señores del Mictlán: Mictlantecuhtli (señor de los muertos) y su compañera Mictecacíhuatl (señora de los moradores del recinto de los muertos). Estos lo enviaban a una de nueve regiones, donde el muerto permanecía un periodo de prueba de cuatro años antes de continuar su vida en el Mictlán y llegar así al último piso, que era el lugar de su eterno reposo, denominado “obsidiana de los muertos”. (DENIS et al, 2002)

Los mismos autores recuerdan que ya con la llegada del cristianismo se inicia un período en que la conquista implicó un acomodo de las celebraciones. En

este período se inicia la conmemoración del Día de los Fieles Difuntos, pero –al igual que en todo América Latina– las enseñanzas evangelizadoras debieron convivir y adaptarse a las maneras en que los distintos pueblos originarios fueron llevando a cabo un proceso de apropiación cultural.

Por último, los mismos autores abordan como es que en la actualidad la fiesta denominada Día de Muertos se realiza los días 31 de octubre, 1 y 2 de noviembre, precisamente en el período en que la Iglesia Católica conmemora Todos Los Santos (al iniciar noviembre) y el día siguiente Los Fieles Difuntos

Es en este período que los difuntos retornan temporalmente y, según nos enseñan estos autores, lo hacen de “forma ordenada. A los que tuvieron la mala fortuna de morir un mes antes de la celebración no se les pone ofrenda, pues se considera que no tuvieron tiempo de pedir permiso para acudir a la celebración” (DENIS, et al, 2012). Agregan que el día 28 de octubre se destina para quienes fueron asesinados con violencia, mientras que los días “30 y 31 de octubre son días dedicados a los niños que murieron sin haber sido bautizados (limbitos) y a los más pequeños, respectivamente; el 1 de noviembre, o Día de Todos los Santos, es la celebración de todos aquellos que llevaron una vida ejemplar, celebrándose igualmente a los niños. El día 2, en cambio, es el llamado Día de los Muertos, la máxima festividad de su tipo en nuestro país” (DENIS ET AL, 2012). Ese día se adornan las tumbas y se preparan altares sobre las lápidas, las cuales según se dice, “ayudan a conducir a las ánimas y a transitar por un buen camino tras la muerte” (DENIS ET AL, 2012).

En este contexto el altar de muertos tiene un lugar muy importante pues ese día la creencia manda que los difuntos retornan temporalmente para compartir con los suyos y confortarlos. Denis et al (2002) señalan que “los más comunes son los altares de dos niveles, que representan el cielo y la tierra; en cambio, los altares de tres niveles añaden a esta visión el concepto de purgatorio” (DENIS ET AL, 2012). Los mismos autores enseñan que el altar de siete niveles es considerado el

altar tradicional por excelencia. Según nos explican los autores este altar se ordena de la siguiente manera:

En el primer escalón va colocada la imagen de un santo del cual se sea devoto. El segundo se destina a las ánimas del purgatorio; es útil porque por medio de él el alma del difunto obtiene el permiso para salir de ese lugar en caso de encontrarse ahí. En el tercer escalón se coloca la sal, que simboliza la purificación del espíritu para los niños del purgatorio. En el cuarto, el personaje principal es otro elemento central de la festividad del Día de Muertos: el pan, que se ofrece como alimento a las ánimas que por ahí transitan. En el quinto se coloca el alimento y las frutas preferidas del difunto. En el sexto escalón se ponen las fotografías de las personas ya fallecidas y a las cuales se recuerda por medio del altar. (DENIS ET AL, 2012)

Pues bien, tal como hemos estudiado en otros contextos culturales latinoamericanos (ver YÁÑEZ AGUILAR, 2017), el Día de Muertos aparece como una festividad transversal en América Latina, lo que no significa que sea conmemorada de la misma forma en todos los lugares y, además, que cada situación comunicativa teja nuevos sentidos. Sin embargo, la industria cultural y el lenguaje del cine se nutre en referentes generales desde donde –con una base de investigación como veremos a continuación– construye narrativas que luego retornan desde las lógicas narrativas cinematográficas masivas contemporáneas.

Coco: una película folkcomunicacional

El rol del cine como aparato de representación cultural y apropiación está plenamente documentado. Ya en el apogeo de la crítica y la aparición del concepto de industria cultural, el papel del cine ha sido analizado y puesto bajo escrutinio. Particularmente, la industria de Hollywood y la forma en que en ella opera la

ideología y se hace carne una dimensión ambivalente de su producción. Si bien funciona como producto cultural de alto impacto, es también un mecanismo de promoción, apropiación y *resignificación* de ciertas dinámicas funcionales de la cultura y sus dimensiones simbólicas.

En el ámbito de la comunicación, los *Payne Fund Studies* comisionados por el gobierno de Estados Unidos en la década del 30 se empeñaron en demostrar cómo la cultura, especialmente aquella que posee un carácter comercial, afectaba negativamente el comportamiento jóvenes y niños. A este respecto, una de sus conclusiones indica lo siguiente:

Quando las películas son finalmente mostradas en color... y cuando se agrega el efecto estereoscópico de la percepción tridimensional... se consuma una presentación irresistible de la realidad. Entonces, cuando a un adolescente psiconeurótico, por ejemplo, se le permite frecuentemente enfrentar escenas que describen comportamiento amoroso o algunas veces episodios románticos cuestionables, los efectos resultantes en el carácter de aquel individuo y su desarrollo no pueden ser nada más que funesto y deplorable. (*Motion Pictures and Youth: The Payne Fund Studies*, 1933).

Así, en la llamada sociedad de la información, con el auge los dispositivos móviles y la red de redes formando parte integral de la vida cotidiana la digitalización del cine como una nueva forma de producción con el correspondiente análisis que esto implica, se hace indispensable y una consecuencia lógica. Lo que partió inicialmente como una inversión pequeña de un grupo de ingenieros informáticos, en conjunto con un visionario del mundo del desarrollo tecnológico se transformaría cerca de 20 años después en una industria

que era adquirida por Disney *Corporation* por 7.4 billones de dólares y que cada cierto tiempo produce películas que tratan de abarcar distintos temas y, por cierto, distintas culturas bajo la mirada a veces comercial, a veces acertada, a veces menos, del Hollywood de los *blockbusters*. Pixar con su impronta narrativa y su capacidad tecnológica y digital construyen mundos completos que son vistos y admirados por millones de personas. Estos mundos de Pixar son, en parte, una síntesis del avance de la cultura industrial norteamericana.

Así, este artículo busca situar estos textos cinematográficos de alto impacto en una dimensión cultural, de apropiación, reinterpretación y reconversión de contextos sociales, tradicionales e incluso políticos. Como lo sintetiza Dietmar Meinel: sin duda, vivimos en un mundo de Pixar. (MEINER, 2016).

En la película, la historia se desarrolla en el poblado de Santa Cecilia, lugar donde el protagonista Miguel –en una marcada diferencia con entrañables protagonistas de películas Pixar anteriores (pensar, por ejemplo en el solitario Robot Wall-E o el talentoso, pero tímido Ratatouille), sueña con la idea de tocar la guitarra y emular algún día a Ernesto de la Cruz, un famoso cantante y actor que lleva fallecido ya varios años, también en un guiño de la película a las figuras mexicanas que encarnaron ambas dimensiones y se transformaron en íconos culturales de gran impacto en Latinoamérica (nuevamente pensar en Jorge Negrete o Antonio Aguilar).

Miguel aspira a ser algún día como el propio De la Cruz, repasando incansablemente las películas y los discos que lo acercan simbólicamente a la memoria del actor, y de los cuales ha aprendido a cantar y tocar la guitarra. No obstante, su pasión musical y la fijación que tiene por el cantante debe permanecer

en secreto. La memoria familiar de los Riviera encuentra su relato principal en la desaparición del tataro tataro abuelo, quien abandonó a su familia por ser músico, dejando atrás a su esposa e hija. En ese episodio, cada generación de los Riviera ha encontrado la razón misma de su sentido de pertenencia y la preservación de sus tradiciones, pues, a raíz del trauma que provocó la partida del ancestro, la familia se hizo zapatera y prohibió el ejercicio de la música en cualquiera de sus formas en el hogar. Quien resguarda el relato y lo impone duramente al resto de la familia es el personaje de Abuelita. Sin embargo, quien entrega luces de una memoria evanescente y que vive en el intersticio del olvido y el recuerdo es mamá Coco, la matriarca más anciana de la familia que vive postrada en un sillón, murmurando recuerdos y haciendo patente la fragilidad de la memoria de los Riviera. La familia, además, guarda las imágenes de sus antepasados en fotografías sobre un altar de ofrendas que los recuerda y los invita a visitar a la familia en la conmemoración del Día de los Muertos.

A pesar de tener prohibido tocar música, la curiosidad de Miguel lo lleva a robar la guitarra que supuestamente pertenecía a Ernesto de la Cruz en vida y que estaba en su mausoleo. El atrevido acto del protagonista –robar a un difunto- hace caer sobre él una maldición que lo somete a un viaje al inframundo, como una *Catábasis* o incluso el viaje de las almas en el mundo mapuche. Miguel comienza así, su aventura en el mundo de los muertos junto a su perro acompañante.

Juntos buscan que entienden es el único modo de sacarse la maldición. Esto es, lograr que el mismísimo Ernesto De la Cruz le otorgue su bendición para poder regresar al mundo de los vivos, así como el derecho a tocar la guitarra en él.

Bajo esta premisa comienza a funcionar el *storytelling* que tan bien ejecuta Pixar. Logran simplificar la complejidad que implica la explicación de la cosmovisión y la tradición cultural al punto de hacerla reconocible y familiar emocional y empáticamente. Por un lado, Miguel tiene sólo una noche para lograr su cometido. De lo contrario se quedará allí para siempre. Por otro lado, el personaje de Héctor, un ingenioso, pero solitario personaje que conoce al protagonista en una de sus tantas escaramuzas para lograr ir a visitar a sus familiares vivos, antes de que lo olviden por completo. Así, Miguel durante el transcurso de la aventura se va convirtiendo en esqueleto y Héctor se va desvaneciendo, al tiempo que lo comienzan a olvidar en el mundo de los vivos. Los muertos sólo pueden permanecer en el inframundo mientras sean recordados por sus familiares en la ofrenda. Todo lo anterior, mientras la abuela tática abuela Imelda –quien prohibió la música inicialmente- trata de recuperar a Héctor y asegurar que vuelva a casa, olvidando su obsesión con ser músico.

Más allá de los guiños de la película a aspectos tradicionales o culturales que no le son propios a los directores y a la casa productora, vale reconocer el trabajo dedicado al desarrollo de sus proyectos de animación. Cuando Pixar se embarca en una la producción de estas características, al igual como lo hizo en su momento con otros filmes como Valiente (2012) o recientemente Moana (2016) – todas películas que abordan culturas muy complejas y tradicionales-, la preproducción invierte mucho tiempo en la etapa de investigación. De este modo, tratan de garantizar la sensibilidad suficiente para cruzar las fronteras culturales y, por cierto, comerciales. Para el caso de Coco (2017), la historia se basa no sólo en un lugar real, en México, sino también en las propias tradiciones de la cultura

mexicana por lo que el resultado es una obra que maravilla por su atención al tratamiento cultural y al folclore mexicano. Todo esto con incontables referencias a las tradiciones y otros aspectos de la cultura popular. Sin embargo, también hay en el filme un metarrelato que quizás es más de orden político. Es una reivindicación y revaloración de un grupo cultural marginado y maltratado en el último tiempo. El pueblo mexicano que es celebrado como uno que otorga importancia esencial a los lazos de la familia por sobre la idolatría a celebridades vacías. Quizás eso pretende sintetizar la figura de Ernesto De la Cruz y cómo es representado. Tal vez en la misma síntesis de una figura mexicana de exportación que nos recuerda la influencia del mundo del cine en estas latitudes se encuentran también la crítica a la cultura norteamericana: la que celebra el éxito y la ampulosidad de aquel que es famoso, por sobre valores culturales más profundos y tradicionalmente arraigados.

Si bien *Coco* puede ser leída desde la revaloración y la apropiación cultural, en una clave que da cuenta de ciertas transformaciones neoliberales que buscan ahora la exportación de una mirada unificadora y global que reinterpreta estética y narrativamente las culturas ajenas al sueño americano, es también un dispositivo fílmico que bien re-anima y revalora mitos, símbolos y tradiciones culturales complejas, más allá de un simple gesto cinematográfico que intenta llenar más salas de cine.

Cultura popular en los medios: reflexiones finales

Al cierre de esta aproximación al cine desde la folkcomunicación conviene señalar algunas ideas centrales:

- a) En el contexto presente, y como bien señala el teórico brasileño José Marques de Melo (2008), las culturas locales lejos de vivir una desaparición en el contexto de globalización, muchas veces pueden emerger y proyectar con mayor fuerza sus características expresivas a través de los relatos de los medios de comunicación, en este caso el cine.
- b) Al realizar una apropiación de la cultura popular mexicana desde la lógica de hollywood, la película Coco produce una traducción donde los elementos locales son reelaborados en base a las lógicas estéticas y comerciales del universo Pixar. Sin embargo, este proceso produce nuevas y masivas audiencias, razón por la cual, como bien se advierte desde la perspectiva folkcomunicacional, los bienes de la cultura popular pasan por distintas “reapropiaciones cuando son utilizadas desde tales complejos” (HOHLFELD, 2002).
- c) Este proceso de circulación y reapropiación se convierte en referente para nuevas reapropiaciones por parte de la propia cultura local como de los distintos contextos culturales donde –desde el cine- se expresan procesos de globalización y mundialización cultural. En este sentido, los referentes mediáticos adquieren un rol relevante y pueden alimentar procesos localizados de construcción de la memoria.
- d) El punto c) se expresa de manera relevante en Chile, país donde el cine mexicano del llamado período de oro, con las referencias a charros y mariachis, sirvió como referente cultural para la apropiación de segmentos

rurales y urbanos que, hasta la fecha, se expresan con vestuario y música mexicana mediante una apropiación local. En este contexto la película Coco construye nuevas formas de intertextualidad con referentes históricos y actuales, y en ese sentido, se transforma en un referente simbólico y valórico donde el consumo es la forma de relación social con un texto que dialógicamente empalma con la propia apropiación que la cultura popular chilena ha hecho de la cultura mexicana vehiculada históricamente a través del cine.

- e) Por último, perspectivas como la folkcomunicación pueden facilitar un análisis tanto material como simbólico de experiencias concretas en que los productos masivos conectan intertextualmente con la construcción simbólica cotidiana de las historicidades locales. En ese sentido, un trabajo de esta naturaleza debiese proyectarse hacia nuevas fases etnográficamente abordadas. De este modo, la comunicación se constituye como un recurso para abordar estas historicidades y sus mediaciones simbólicas y materiales, donde los productos de la industria y la vida local aparecen profundamente implicados. La pregunta debiese ampliarse hacia los grandes productos del mercado en su relación con los agenciamientos locales dando cuenta de los múltiples intersticios en que se advierten procesos comunicacionales e informativos.

Referencias

DENIS, Patricia; HERMIDA, Andrés; HUESCA, Javier. El altar de muertos. Origen y significado en México. **Revista de Divulgación científica y tecnológica de la Universidad Veracruzana**, 2012.

GUSHILEN, J. Folkcomunicação: interpretação de Luiz Betrão sobre a modernização brasileira En: **Razón y Palabra**, número 77, 2011.

BENJAMIN, Roberto. La Teoría de la Folkcomunicación y el pionerismo de Luiz Beltrão En: YÁÑEZ AGUILAR, ET. AL. **Folkcomunicación en América Latina: Diálogos entre Chile y Brasil**. Temuco: Universidad de La Frontera, 2016.

HOHLFELD, Antonio. Novas tendências nas pesquisas da folkcomunicação: pesquisas acadêmicas se aproximam dos Estudos Culturais, in **PCLA**, vol. 4, n.º 2, janeiro/fevereiro/março de 2003.

HOHLFELD, Antonio. Folkcomunicação: positivo oportunismo de quase meio século, in Schmidt, Cristina (org., 2006), **Folkcomunicação na Arena Global. Avanços Teóricos e Metodológicos**, São Paulo, Editora Ductor, 2002.

MARQUES DE MELO, José. **Mídia e Cultura Popular**. Historia, taxionomia e metodologia da Folkcomunicacao. Brasil: Paulus Ediciones, 2008.

MEINEL, D. Pixar's America: **The Re-Animation of American Myths and Symbols**. Springer International Publishing Motion Pictures And Youth: The Payne Fund Studies. 1933. Macmillan, 2016.

YÁÑEZ AGUILAR, Cristian. Folkcomunicación y performance: dos aproximaciones convergentes para el análisis de manifestaciones culturales. En: YÁÑEZ AGUILAR, ET. AL. **Folkcomunicación en América Latina: Diálogos entre Chile y Brasil**. Temuco: Universidad de La Frontera, 2016.

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n5p331>

YÁÑEZ AGUILAR, Cristian. **Canto, memoria y fiesta en Chiloé Insular**: Gozos y cantos religiosos en las Islas de Quehui y Chelin. (Libro más Disco Compacto). Valdivia: Ediciones TextoContexto, 2017.