

RIF

APRESENTAÇÃO

Festas juninas: Cenários folkcomunicacionais

Suely Maux Dias¹
Severino Alves de Lucena Filho²

A presente edição da *Revista Internacional de Folkcomunicação* (RIF) apresenta o segundo dossiê temático do periódico, que traz como tema “Festas Juninas: cenários folkcomunicacionais”. São onze artigos e um ensaio fotográfico produzidos por pesquisadores de varias localidade deste país multicultural que discutem a festa junina relatando suas marcas discursivas plurais.

As festas juninas, denominadas de populares, sofreram transformações acolhendo contribuições das matrizes formadoras da cultura brasileira. Elas passaram por modificações ao serem realizadas no Brasil. No inicio, essas comemorações possuíam um caráter religioso, uma a vez que a Igreja mantinha o domínio sobre o ritual. Entretanto, com o passar do tempo, as festas adquiriram um caráter mercadológico.

Os rituais festivos do ciclo junino relatados nos artigos publicados neste dossiê perpassam a agenda dos principais eventos e fatos políticos pautados pela mídia. Nesses cenários plurais, as festas juninas assumem papel fundamental nos seus múltiplos sentidos, através dos seus valores e sentimentos que mobilizam multidões.

O dossiê está cheio de sabores e ritmos juninos que convidam os leitores a conhecer estas manifestações populares e participar, no próximo ciclo junino, da festa que acontece na praça numa malha ‘rurbana’ onde as celebrações religiosas e as comemorações profanas negociam espaços e mobilizam seus públicos.

Uma abordagem temática e metodológica sobre a pesquisa intitulada “Festas Juninas: Cenários folkcomunicacionais”, promovida pela Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom), é realizada com o intuito de sistematizar as principais contribuições dos artigos, em suas pertinências e singularidades. Apresentamos a seguir a síntese das reflexões propostas nos trabalhos publicados nessa edição temática da *Revista Internacional de Folkcomunicação*, que contempla uma das maiores festas brasileiras, o ciclo junino, em especial para a cultura e identidade do Nordeste do Brasil.

¹Professora do curso de Jornalismo da UFPB. Doutora em Comunicação pela PUC-RS. Pesquisadora da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom).

² Professor do curso de Relações Públicas da UFPB. PHD em Comunicação e Cultura (Aveiro/Portugal). Pesquisador da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom).

RIF Apresentação

O dossiê conta com artigos que discutem as relações entre o popular e o massivo nas festas juninas, na perspectiva do folkmarketing, bem como trabalhos que analisam a cobertura midiática das manifestações, em diferentes suportes midiáticos. No artigo intitulado “A festa de São João e a invenção da cultura popular”, de Elizabeth Christina de Andrade Lima, são apresentadas as noções de povo, tradição e cultura popular no contexto das festas urbanas do Nordeste brasileiro, de modo a problematizar as transformações dos fenômenos culturais no “Maior São João do Mundo”, realizado em Campina Grande/PB.

O dossiê traz ainda, no artigo “A festa junina de roupa nova: uma análise dos figurinos das quadrilhas estilizadas sob o olhar da folkcomunicação”, de Maria Luciana Bezerra da Silva e Severino Alves de Lucena Filho, uma reflexão sobre a construção da imagem da festa junina através da moda nas quadrilhas, em uma análise sobre as apropriações populares e massivas presentes no processo de folkcomunicação na festa de São João de Caruaru/PE.

Os pesquisadores Élmano Ricarte de Azevedo Souza e Itamar de Moraes Nobre, no artigo “As Festas Populares do Mês de Junho nas Fotografias de Periódicos Lusos e Brasileiros”, investigam a representação e a produção de sentido sobre a cultura popular nas imagens, analisando a presença da cultura popular na mídia. O objeto de análise compreende as fotografias jornalísticas referentes aos santos católicos do mês de junho nos periódicos *Tribuna do Norte* (Natal/RN, Brasil) e *Correio da Manhã* (Lisboa, Portugal), publicadas no mês de junho de 2012.

O dossiê conta com a participação de diversos pesquisadores que investigam a temática no Nordeste, em especial na Bahia, conforme se observa em seis artigos publicados na Revista. O pesquisador Itamar de Jesus Souza, no texto “O folkmarketing e o incentivo à tradição junina no São João de Ibicuí-Bahia”, evidencia o folkmarketing como processo folkcomunicacional fomentador da conservação da memória associada aos símbolos da tradição junina na festa de São João de Ibicuí, a partir da análise de jornais das décadas de 1980, 1990 e 2000 e fotografias do São João de Ibicuí em 2011.

O estudo “Análise folkcomunicacional dos discursos publicitários da festa junina de Ibicuí-Bahia”, dos pesquisadores Itamar de Jesus Souza, Flaviny Najara Santos Ribeiro e Severino Alves de Lucena Filho, analisa os deslocamentos de sentido no discurso da publicidade das festas juninas, utilizando o conceito de folkmarketing para discutir o processo de apropriação da cultura popular com objetivos institucionais e mercadológicos.

RIF Apresentação

Marcelo Pires de Oliveira e Roberto Pazos Ribeiro, no artigo “São João da Bahia: a internet como ferramenta de Folkmarketing”, analisam, com base no referencial metodológico da análise de conteúdo, as estratégias imagéticas para vincular uma ação de folkmarketing com o objetivo de fomentar o turismo na época dos festejos juninos no interior do estado da Bahia.

A folkcomunicação no meio online é discutida por Antônio Nolberto de Oliveira Xavier, Sylvia Maria Campos Teixeira, Samuel Leandro Oliveira de Mattos e Edésio Meneses Cavalcante Filho no artigo “Folkcomunicação digital: os sites do São João no Sul da Bahia”, que trata da apreciação dos sites relativos às principais festas realizadas no período junino, em uma abordagem sobre os diversos recursos utilizados para a divulgação dos eventos.

O tema dos festejos juninos também é abordado a partir da cobertura da televisão na região de Ilhéus e Itabuna. Produzido por Marcelo Pires de Oliveira, AiallaMicaella Andrade Santos, Luciana Gomes da Silva e Reynaldo Carilo Carvalho Netto, o artigo “A cobertura telejornalística do São João do Sul da Bahia” apresenta o papel das emissoras patrocinadoras das festas juninas na angulação da cobertura, valorizando mais o evento midiático do que propriamente as celebrações de origem popular.

Também no texto “São João passou por aqui? O programa São João da Bahia e resignificação das festas juninas, um olhar sobre os festejos em Itapitanga”, de FlavinyNajara Santos Ribeiro, são abordadas as transformações dos festejos juninos no estado, a partir do programa São João na Bahia, com a intervenção do governo na festa no município de Itapitanga.

Do Sul do Brasil, os pesquisadores Karina JanzWoitowicz, Kevin Kossar Furtado e Eduardo Godoy, no artigo “Os festejos juninos na mídia paranaense: Uma leitura folkcomunicacional da cobertura do tema no jornalismo impresso e televisivo” apresentam uma análise da cobertura midiática dos festejos juninos no ano de 2011, a partir de uma abordagem folkcomunicacional que busca identificar algumas marcas da cultura popular nos meios de comunicação. O estudo analisa a presença dos festejos juninos nos jornais *Gazeta do Povo*, *Folha de Londrina*, *Diário dos Campos* e *Jornal da Manhã* e no telejornal *Paraná TV*, de modo a identificar a apropriação da cultura popular como estratégia de apelo comercial, elemento noticioso ou serviço.

E, no artigo “Cultura Junina em embalagens de supermercados: Marcas folkcomunicacionais nos discursos informativos sobre São João”, Isadora Ortiz de Camargo

RIF Apresentação

e Sérgio Luiz Gadini tratam das apropriações de elementos verbais e imagéticos pelos encartes publicitários de supermercado, revelando, para além de uma simples estratégia mercadológica da venda de produtos, uma forma de divulgação de aspectos da cultura popular, presentes nas comemorações de São João nas regiões Sudeste e Sul do Brasil.

Por fim, o ensaio fotográfico “Festas populares de Lisboa: entre o sagrado e o profano”, de Élmano Ricarte de Azevedo Souza, traz 14 imagens que retratam aspectos da cultura popular da festa portuguesa realizada no dia 12 de junho em homenagem a Santo Antônio. A relação entre o sagrado e o profano, a fartura da culinária portuguesa, o caráter festivo das celebrações e outras marcas tradicionais da cidade de Lisboa são valorizadas pelo autor do ensaio.

Ao trazer este conjunto de textos sobre a temática das festas juninas, com enfoques multiculturais que vão do tratamento dado para o tema na atualidade aos aspectos tradicionais, esta edição temática da RIF busca traçar algumas reflexões e indicar rotas para o estudo das festas populares – como produção, consumo, atrativo turístico, evento gerador do desenvolvimento local e cultural – enquanto manifestação folkcomunicação.