



# ANTRIF

Revista Internacional  
de Folkcomunicação

**DOSSIÊ: Folkcomunicação, Política e Disputas Virtuais**

Vol. 19 | Nº 42, 2021

Organização:

Dra. Hebe Maria Gonçalves de Oliveira (UEPG)

Dr. Denis Porto Renó (UNESP)

Dr. Diógenes Lycarião Barreto Sousa (UFC)

## EXPEDIENTE

Revista Internacional de Folkcomunicação, Volume 19, Número 42, jan./jun. 2021.

- ISSN: 1807-4960 -

A Revista Internacional de Folkcomunicação (RIF) é um periódico acadêmico da área de Folkcomunicação, com caráter interdisciplinar e publicação semestral. É editada pelo Programa de Mestrado em Jornalismo da UEPG, com apoio da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom) e da Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação para o Desenvolvimento Regional.

## EDITORIA EXECUTIVA

**Editora Executiva:** Dra. Karina Janz Woitowicz

**Assistência Editorial:** Angelo Eduardo Rocha, Dyepeson Martins da Silva, Luana Caroline Nascimento e Lucas Santos Carmo Cabral

## DOSSIÊ FOLKCOMUNICAÇÃO, POLÍTICA E DISPUTAS VIRTUAIS

**Editores convidados:** Dra. Hebe Maria Gonçalves de Oliveira (Universidade Estadual de Ponta Grossa), Dr. Denis Porto Renó (Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho) e Dr. Diógenes Lycarião Barreto Sousa (Universidade Federal do Ceará)

## CONSELHO EDITORIAL

Dr. Joseph Straubhaar (University of Texas, EUA), Dr. Alberto Pena Rodríguez (Universidad de Vigo, Espanha), Dra. Carmen Gómez Mont (Universidad Nacional Autónoma de México), Dr. Eloy Martos Nuñez (Universidad Complutense de Madrid, Espanha), Dra. Esmeralda Villegas Uribe (Universidad Autónoma de Bucaramanga, Colombia), Dr. Carlos Felimer Del Valle Rojas (Universidad de la Frontera, Chile), Dr. Osvaldo Trigueiro (Universidade Federal da Paraíba), Dr. Vicente Castellanos (Universidad Autónoma Metropolitana, México), Dr. Rodrigo Browne Sartori (Universidad Austral de Chile), Dr. Carlos Nogueira (Universidade Nova de Lisboa), Dr. Luís Humberto Jardim Marcos (Instituto Superior da Maia, Portugal), Dra. Elizabeth Bautista Flores (Universidad Autónoma Ciudad Juárez, México), Dra. Eugenia Borsani (Universidad Nacional del Comahue, Argentina), Dr. Carlos Francisco Bauer (Universidad Nacional de Córdoba, Argentina), Dr. Fernando Fischman (Universidad de Buenos Aires), Dr. Phil Chidester (Illinois State University), Dr. Guillermo Orozco Gómez (Universidad de Guadalajara), Dr. Mohammed ElHajji (Universidade Federal do Rio de Janeiro), Dr. Amparo Huertas Bailén (Universitat Autònoma de Barcelona), Dr. Tomas Jane (Escola Superior de Jornalismo de Moçambique), Dra. María Dolores Montero Sánchez (Universidad Autónoma de Barcelona).

## COMISSÃO CIENTÍFICA

Dra. Luitgarde Oliveira Cavalcanti Barros (Universidade do Estado do Rio de Janeiro), Dra. Betania Maciel (Universidade Federal Rural de Pernambuco), Dra. Maria Cristina Gobbi (Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho), Dr. Marcelo Pires de Oliveira (Universidade Estadual de Santa Cruz), Dra. Maria Érica de Oliveira Lima (Universidade Federal do Ceará), Dra. Cristina Schmidt (Universidade de Mogi das



Cruzes), Dr. Itamar Nobre (Universidade Federal do Rio Grande do Norte), Dra. Lucimara Rett (Universidade Federal do Rio de Janeiro), Dr. Denis Porto Renó (Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho), Dr. Marcelo Sabbatini (Universidade Federal de Pernambuco), Dra. Paula Melani Rocha (Universidade Estadual de Ponta Grossa), Dra. Renata Marcelle Lara (Universidade Estadual de Maringá), Dr. Sérgio Luiz Gadini (Universidade Estadual de Ponta Grossa), Dra. Suelly Maux Dias (Universidade Federal da Paraíba), Dr. Yuji Gushiken (Universidade Federal de Mato Grosso), Dra. Karina Janz Woitowicz (Universidade Estadual de Ponta Grossa), Dra. Eliane Penha Mergulhão Dias (Universidade Paulista), Dr. Luiz Custódio da Silva (Universidade Estadual da Paraíba), Dr. Sebastião Guilherme Albano (Universidade Federal do Rio Grande do Norte), Dra. Graziela Soares Bianchi (Universidade Estadual de Ponta Grossa), Dra. Magali do Nascimento Cunha, Dr. José Cláudio Alves de Oliveira (Universidade Federal da Bahia), Dr. Orlando Maurício de Carvalho Berti (Universidade Estadual do Piauí), Dr. Renan Albuquerque Rodrigues (Universidade Federal do Amazonas), Dra. Míriam Cristina Carlos Silva (Universidade de Sorocaba), Dra. Paula de Souza Paes (Universidade Federal da Paraíba), Dra. Juliana Colussi (Universidad del Rosario, Colômbia), Dr. Iury Parente Aragão (Universidade Estadual da Bahia), Dra. Círcia Peruzzo (Universidade Metodista de São Paulo), Dr. Luciano Victor Barros Maluly (Universidade de São Paulo), Dr. Wolfgang Teske (Universidade Estadual do Tocantins), Dra. Clarissa Marques (Universidade de Pernambuco), Dr. Marco Bonito (Universidade Federal do Pampa).

#### **PARECERISTAS DESTA EDIÇÃO**

Dra. Hebe Maria Gonçalves de Oliveira (Universidade Estadual de Ponta Grossa), Dr. Denis Porto Renó (Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho), Dr. Diógenes Lycarião Barreto Sousa (Universidade Federal do Ceará), Dr. Fernando Fischman (Universidad de Buenos Aires, Instituto de Investigaciones Sociales de América Latina - FLACSO/CONICET), Dr. Cristian Yáñez Aguilar (Universidad Austral de Chile), Dra. Clemencia Leon (Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Colombia), Dra. Maria Cristina Gobbi (Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho), Dr. Orlando Maurício de Carvalho Berti (Universidade Estadual do Piauí), Dr. Volney Campos dos Santos (Universidade Estadual de Ponta Grossa), Dr. Guilherme Carvalho (Centro Universitário Internacional Uninter), Dra. Karina Janz Woitowicz (Universidade Estadual de Ponta Grossa), Dr. Pedro Paulo Procópio de Oliveira Santos (Faculdade DAMAS/Faculdade Pernambucana de Saúde), Dr. Kevin Willian Kossar Furtado (Universidade Estadual de Ponta Grossa), Dra. Renata Castro Cardias (Faculdade de Tecnologia São Roque/São Paulo), Dr. Marcelo Pires de Oliveira (Universidade Estadual de Santa Cruz), Dra. Renata Marcelle Lara (Universidade Estadual de Maringá).

#### **DESIGN GRÁFICO**

**Projeto Gráfico:** Kevin Willian Kossar Furtado

**Capa:** Angelo Eduardo Rocha



## EDITORAÇÃO

A Revista Internacional de Folkcomunicação utiliza o Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas (SEER/IBICT).

## INDEXAÇÃO

A RIF está indexada nas seguintes bases de dados: Directory of Open Access Journals (DOAJ), Latindex, Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico – REDIB, Citas Latinoamericanas em Ciências Sociais y Humanidades - CLASE, Google Scholar, Sherpa/Romeo, Red Latinoamericana de Revistas - LatinRev, Diadorim/IBICT, Sumarios, Portal de la Comunicación, Portal LivRe!, Portal Periódicos da CAPES, Reviscom, Oasisbr, Bibliografía Latinoamericana em Revistas de Investigación Científica y Social - BIBLAT, European Reference Index for the Humanities and Social Sciences – ERIH PLUS, Mir@bel, Journals for Free.

## Fale com a RIF

[revistafolkcom@uepg.br](mailto:revistafolkcom@uepg.br)

## Ficha Catalográfica Elaborada pelo Setor de Tratamento da Informação BICEN/UEPG

Revista Internacional de Folkcomunicação. Universidade Estadual de Ponta Grossa.  
Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom); Cátedra  
UNESCO/UMESP de Comunicação para o Desenvolvimento Regional.  
Brasília, DF., v. 1, n. 1, jan./jun. 2003; Ponta Grossa, PR, v.19, n.42, 2021.

Semestral 2003-2011; Quadrimestral 2012-2016

Semestral, 2017-

ISSN - 1807-4960 - (On-line)

v.1-4, editada por Brasília: IESB, 2003-2004.

v.5- editada pelo Departamento de Jornalismo da UEPG, 2005-

1. Comunicação - periódicos. 2. Jornalismo – periódicos. I Departamento de  
Jornalismo – Universidade Estadual de Ponta Grossa.

CDD 070  
302

# SUMÁRIO

## EDITORIAL

9

## DOSSIÊ “FOLKCOMUNICAÇÃO, POLÍTICA E DISPUTAS VIRTUAIS”

A diversidade confirma seu voto: candidaturas transexuais, folkcomunicação e representação política

12

**Nelson Toledo Ferreira**

Os jogos da política e a teia cultural de Lampião em Mossoró

28

**Elizabeth Christina de Andrade Lima**

**Karlla Christiane Araújo Souza**

O folheto de política na literatura de cordel: a peleja da querela com o esclarecimento na classificação temática

50

**Alberto Magno Perdigão**

Contribuições estratégicas da Folkcomunicação

71

**Cristina Schmidt**

Carnaval de rua em disputa em Santa Cruz do Sul/RS

91

**Ângela Cristina Trevisan Felippi**

**Verushka Goldschmidt Xavier de Oliveira**

E a gente ama esses bracinhos oferecidos: Folkcomunicação política na Campanha de vacinação contra a COVID-19 em Recife- PE

114

**Giselle Gomes Souza**

**Severino Alves Lucena**

Elementos Folkcomunicacionais no Discurso do ex-Presidente Lula: Um Registro Histórico do Brasil Ovacionado nas Páginas de *The Economist*

131

**Pedro Paulo Procópio de Oliveira Santos**

Da 'zueira' ao discurso político: o caráter propagandístico dos stickers no Whatsapp

154

**Sergio Roberto Trein**

Grafipar Edições: uma reação erótica à ditadura militar

173

**José Carlos Fernandes**

**Agnes Amaral**

## **ARTIGOS GERAIS**

Autocrítica da Folkcomunicação nas Ciências da Comunicação: Avaliação do GP na Intercom 2017

195

**Yuhi Gushiken**

Os ex-votos como mídias na transmissão e na preservação da memória social

219

**Magali do Nascimento Cunha**

**Luis Erlin Gomes Gordo**

Empreendedorismo cultural e festa: Uma Etnografia da Festa de São João de Porto em Portugal

241

**Israel Campos**

Resistência civil, ativismo (folk)midiático e ciberativismo: o caso da sociedade boliviana

266

**Karla Andrea Terán**

**Aline Wendpap**

A comunicação e o Buen Vivir: a experiência da ALER

282

**Vivian de Oliveira Neves Fernandes**

## ENTREVISTA

“O cordel é uma mídia alternativa, popular e contra-hegemônica”, defende Alberto Perdigão

299

---

Sérgio Luiz Gadini

## ENSAIO FOTOGRÁFICO

Casas e descasos. Resistência e indiferenças

312

---

Pedro Serico Vaz Filho

## RESENHAS & CRÍTICAS

A voz e a dor da periferia brasileira em rimas e batalhas: a popularização do slam como recriação da poesia contemporânea

322

---

Luana Caroline Nascimento

“Emicida: AmarElo – É Tudo pra Ontem” – o discurso dos excluídos e a reivindicação de espaços culturais fechados no contexto da negritude brasileira

327

---

Augusto Martins de Jesus

RIF

editorial

edi

editori

ria



## Editorial

O campo da política, em suas relações com o campo da comunicação, pode ser observado por diversas perspectivas e tem ocupado espaço destacado nas pesquisas da área, principalmente diante do processo de digitalização das disputas verificado nas últimas décadas. Com o propósito de reunir reflexões sobre a folkcomunicação política e desvendar aspectos sobre as manifestações culturais, as disputas e as resistências presentes nas dinâmicas dos atores políticos, a *Revista Internacional de Folkcomunicação* apresenta como destaque da presente edição o dossiê “Folkcomunicação, Política e Disputas Virtuais”.

Organizado pelos(as) professores(as) Hebe Maria Gonçalves de Oliveira (Universidade Estadual de Ponta Grossa), Denis Porto Renó (Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho) e Diógenes Lycarião Barreto Sousa (Universidade Federal do Ceará), o dossiê reúne nove artigos que abordam diferentes aspectos da política ao estabelecerem diálogos com a abordagem folkcomunicacional.

A diversidade representada nas candidaturas transexuais é discutida em artigo de Nelson Toledo Ferreira; as apropriações políticas da cultura popular na figura de Lampião no Rio Grande do Norte ganham espaço na análise de Elizabeth Christina de Andrade Lima e Karlla Christiane Araújo Souza; e a literatura de cordel sobre a temática política recebe uma caracterização própria na análise de Alberto Perdigão.

A política em forma de mobilização social em tempos de crise nas democracias é tema das reflexões de Cristina Schmidt, enquanto as disputas entre poder público, iniciativa privada e cultura popular no carnaval de rua são analisadas por Ângela Cristina Trevisan Felippi e Verushka Goldschmidt Xavier de Oliveira. As estratégias de folkcomunicação política utilizadas pelo poder público em campanhas de saúde, por sua vez, ocupam as reflexões de Giselle Gomes Souza e Severino Alves Lucena.

Também são desenvolvidos estudos que envolvem análises de discursos e representações, seja do discurso folk do ex-Presidente Lula no jornal *The Economist*, investigado por Pedro Paulo Procópio de Oliveira Santos, seja do conteúdo político na forma de *stickers* no Whatsapp, por Sergio Roberto Trein. E, para fechar o dossiê, a edição traz ainda a resistência erótica à ditadura militar em estudo sobre a Grafipar Edições de autoria de José Carlos Fernandes e Agnes Amaral.

Nos artigos gerais, a *Revista* traz cinco estudos com contribuições teóricas e empíricas para a folkcomunicação. Uma análise da produção do Grupo de Pesquisa de Folkcomunicação da Intercom, de autoria de Yuji Gushiken; um estudo sobre ex-votos na preservação da memória social, de Magali do Nascimento Cunha; uma etnografia da Festa de São João de Porto em Portugal por Israel Campos; uma discussão sobre o ciberativismo na Bolívia de autoria de Karla Andrea Terán e Aline Wendpap; e, por fim, o desenvolvimento do conceito de *buen vivir* na experiência da Associação Latino-Americana de Educação e Comunicação Popular (ALER), de Vivian de Oliveira Neves Fernandes.

A *Revista* conta ainda com uma entrevista com Alberto Perdigão, que discute o cordel como uma mídia alternativa e contra-hegemônica e apresenta características dessa literatura popular, realizada por Sérgio Gadini. O ensaio fotográfico da edição, de autoria de Pedro Serico Vaz Filho, aborda o tema das desigualdades urbanas em dez imagens que retratam situações de desrespeito à cidadania.

Na seção Resenhas & Críticas, análises do documentário “AmarElo – É tudo para ontem”, do músico Emicida, e do slam como espaço de representação da cultura de periferia – produzidas, respectivamente, por Augusto Martins de Jesus e Luana Caroline Nascimento - evocam aspectos de raça, classe e gênero na produção cultural.

Ao apresentar a presente edição, queremos também registrar nossa homenagem a pesquisadores que muito contribuíram para a pesquisa sobre folkcomunicação e cultura popular, falecidos neste ano de 2021: o professor Gilmar de Carvalho, pesquisador da Universidade Federal do Ceará, que se soma aos mais de 500 mil mortos pela Covid-19 no país, e a professora Verônica Dantas, da Universidade do Tocantins, membro da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação e do conselho editorial da RIF. Que o legado que eles deixaram inspirem novas pesquisas e reflexões.

A todas e todos, uma boa leitura!

*Equipe Editorial RIF*

RIF

dossiê

dos

dossi

siê

## **A diversidade confirma seu voto: candidaturas transexuais, folkcomunicação e representação política**

*Nelson Toledo Ferreira*<sup>1</sup>

**Submetido em: 10/04/2021**

**Aceito em: 01/06/2021**

### RESUMO

A proposta deste artigo é refletir sobre os espaços ocupados pelas candidaturas transexuais nas últimas eleições municipais de 2020, no Brasil, correlacionando folkcomunicação, representação política e minorias. Apesar do êxito eleitoral de uma parcela ainda pequena desse segmento em todo o país, com destaque maior nas grandes metrópoles, os (as) transexuais reforçam suas políticas de gênero e abrem novos campos de disputas políticas, como nunca vistos na sociedade brasileira. Nessa perspectiva, o trabalho aponta como a visibilidade midiática potencializa as políticas de comunicação afirmativas da identidade transexual, o que vem possibilitando leituras plurais da sociedade, abrindo novos espaços e democratizando a representação política.

### PALAVRAS-CHAVE

Folkcomunicação; Representação política; Minoria; Transexuais.

## **Diversity confirms its vote: transsexuals candidacies, folkcommunication and political representation**

### ABSTRACT

The purpose of this article is to reflect on the spaces occupied by transsexual candidates in the last municipal elections of 2020, in Brazil, correlating folk communication, political representation and minorities. Despite the electoral success of a still small portion of this segment across the country, with greater prominence in large cities, transsexuals reinforce their gender policies and open up new fields of political disputes, as never before seen in Brazilian society. In this perspective, the work points out how media visibility enhances affirmative communication policies for transsexual identity, which have enabled plural readings of society, opening new spaces and democratizing political representation.

---

<sup>1</sup> Doutor em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF), atua em pesquisas sobre minorias, mídias digitais, representação política. Correio eletrônico: neo.toledo@outlook.com.

**KEY-WORDS**

Folkcommunication; Political Representation; Minorities; Transsexuals.

**La diversidad confirma su voto: candidaturas Transexuales,  
folkcomunicación y representación política**

**RESUMEN**

El propósito de este artículo es reflexionar sobre los espacios ocupados por los candidatos transexuales en las últimas elecciones municipales de 2020, en Brasil, correlacionando folkcomunicación, representación política y minorías. A pesar del éxito electoral de una porción aún pequeña de este segmento en todo el país, con mayor protagonismo en las grandes ciudades, los transexuales refuerzan sus políticas de género y abren nuevos campos de disputa política, como nunca antes se había visto en la sociedad brasileña. En esta perspectiva, el trabajo señala cómo la visibilidad mediática potencia las políticas de comunicación afirmativa para la identidad transexual, que han permitido lecturas plurales de la sociedad, abriendo nuevos espacios y democratizando la representación política.

**PALABRAS-CLAVE:**

Folkcomunicación; Representación Política; Minorías; Transexuales.

**Introdução**

O ano de 2020 marca a abertura de espaços políticos de candidaturas transexuais em todo o país, inclusive em cidades menores, do interior. Tal cenário implica no questionamento sobre os fatores que desencadearam as referidas candidaturas, nessa proporção. A princípio, trata-se de um reflexo das discussões sobre políticas de gênero e identidades ocorridas em todas partes do mundo, o que trazem uma visibilidade da questão transexual, tanto nos grandes conglomerados de comunicação, bem como nas redes sociais e, com isso, reforçam o aparecimento de agentes políticos e militantes que potencializam esses debates no seio da sociedade. Logo, a naturalização de determinados estilos e modos de vida acabam criando identificação de outros indivíduos, reforçando uma identidade coletiva, que resulta, em uma abordagem política.

A Associação Nacional de Travestis e Transexuais – Antra – aponta que 30 candidaturas trans foram eleitas em 2020, sendo que 294 travestis, mulheres e homens trans concorreram ao pleito em 2020. O êxito das 30 candidaturas representa um aumento de 275% de pessoas

trans eleitas em relação a 2016. Detalhando ainda mais esses números, foram 16 candidaturas pela esquerda (6 PSOL, 4 PT, 4 PDT, 1 PV e 1 PSB), 11 pelo centro (1 PTB, 1 DEM, 2 PODE, 1 PROS, 1 AV, 4 MDB e 1 PSDB) e 3 pela direita (1 REP, 1 PL e 1 DC). Destes, foram 2 homens trans e 28 travestis e mulheres trans. Foi eleita ainda a primeira pessoa Intersexo do país e sete candidatas como as mais votadas em suas cidades -Linda Brasil, Dandara, Tieta Melo, Lorim de Valéria, Duda Salabert, Titia Chiba e Paullete Blue-, sendo 23 no Sudeste, dois no Nordeste, um no Norte e quatro no Sul.

Neste contexto, o artigo pretende refletir teoricamente sobre a relação minorias e visibilidade midiática, a partir do aumento das candidaturas transexuais no cenário político nacional. Em um primeiro momento, busca-se a atualização do conceito de folkcomunicação como um processo de comunicação dos movimentos populares contemporâneos, principalmente, em relação às comunidades e grupos marginalizados, que se apropriam das tecnologias digitais para ressignificar os discursos da grande mídia, carregando-os de novos sentidos em prol de suas demandas e bandeiras de luta. No segundo momento, discute-se a como as mídias digitais reconfiguram a representação política na contemporaneidade, consolidando novas arenas de disputas políticas, privilegiando as minorias.

## **Minorias, folkcomunicação e visibilidade**

A pluralidade identitária dos indivíduos nas sociedades contemporâneas é fruto dos movimentos sociais que surgiram na década de 90 (ALBERTI; PEREIRA,2006). Com isso, tais iniciativas reforçam novos estilos de vida e de comportamentos, chamando a atenção para a ideia de que uma democracia só se consolida a partir de uma convivência harmoniosa com a diferença, tendo como parâmetro básico que todos têm direitos de expressar-se plenamente, enquanto cidadãos.

Com efeito, nas últimas décadas consolidou-se uma importante arena política de debates sobre segmentos sociais que buscavam fazer valer seus direitos. Com o processo de globalização, eles ganharam mais força ao somarem-se aos diversos movimentos parecidos de outros grupos excluídos e marginalizados socialmente, que eclodiram em várias as partes do mundo. Gays, lésbicas, transexuais, mulheres, negros, deficientes físicos, indígenas e outros grupos específicos se aproveitam dos meios de comunicação para potencializar suas reivindicações e levar o debate da diferença à esfera pública, apesar de ainda hoje esbarrarem

na barreira do preconceito e da engrenagem noticiosa dos grandes conglomerados de comunicação.

Há de se considerar que a postura do jornalismo na cobertura destes debates é carregada de tipificações construídas socialmente pelos *mass media* e pela própria lógica de produção de notícias, que faz com que os espaços midiáticos tratem de temáticas das diferenças de forma estereotipada. Com isso, os *mass media* acabam por estreitar e reduzir abordagens significativas que possam contribuir para que o debate sobre essas pluralidades identitárias levem a sociedade a novas reflexões. Correia (2010) esclarece que a própria lógica dos grandes conglomerados de comunicação, que para assegurar seu funcionamento regular, conduz estratégias noticiosas que forçam uma monitoração rotineira de determinadas fontes institucionais, as chamadas fontes oficiais, que despejam sempre as mesmas visões de mundo na sociedade, não favorecendo leituras plurais e abordagens diferenciadas das minorias.

Muniz Sodré (2005) discorre sobre Kant para explicar como os alemães entendem maioria e minoria, para revelar como é a noção de minoria na sociedade atual. “Maioria é *Mündigkeit*, que implica literalmente a possibilidade de falar. *Münd* significa boca. Minoria é *Unmündigkeit*, ou seja, a impossibilidade de falar. Menor é aquele que não tem acesso à fala plena” (SODRÉ, 2005, p. 11). Diante dessa assertiva, a questão das minorias está mais no sentido de não ter voz na sociedade, de buscar espaços para que seus discursos mobilizadores sejam reconhecidos socialmente. Já Silverinha afirma que “os grupos minoritários passaram a constituir-se no espaço público democrático com base nas suas reivindicações políticas tocantes à diferença e à sua representação nos destinos coletivos” (SILVERINHA, 2005, p.41). Todavia, esses grupos específicos enfrentam o desafio de romper com determinadas estruturas comunicacionais para fazer vales suas vozes no cenário social e político.

Com o advento e a popularização das tecnologias de informação, uma gama infinita de informações passou a ser produzida e pulverizada na sociedade, conformando novos espaços para se discutir questões de segmentos até então excluídos politicamente, se comparado com algumas décadas atrás. Muniz Sodré (2005) destaca que nas tecnodemocracias ocidentais, a mídia é um dos principais “territórios” de luta das chamadas minorias pela redução do poder hegemônico. Maia (2006) destaca como as negociações entre os políticos até as conversas diretas com os cidadãos sobre questões políticas são atravessadas pela mídia.

A mídia reconfigura os padrões de discurso político e as relações entre representantes e representados. Ela é a principal instância para líderes políticos divulgarem informações sobre suas atividades, buscarem adesão em campanhas eleitorais ou conquistarem suporte público no jogo político mais geral. Por sua vez, a grande maioria das informações de que os cidadãos comuns necessitam para tomar decisões e agir na esfera política – escolher seus representantes, conhecer e avaliar as políticas públicas, construir mecanismos de controle popular sobre os governantes – articula-se, de modo rotineiro- com os meios de comunicação. (...) O espaço de visibilidade midiática pode ser entendido como um “palco”, “arena”, “fórum” de disputa políticas e de negociação de sentidos. Em termos gerais, o governo e os políticos precisam frequentemente tomar decisões sobre questões controversas diante, simultaneamente, da oposição político-partidária, de grupos de interesse e daquilo que é colocado em cena através dos veículos de comunicação. Em termos mais específicos, o espaço de visibilidade midiático é um ambiente em que embates ideológicos se desdobram, colocando em movimento interações diversas dentre entre atores políticos e os próprios cidadãos. Aquilo que se torna visível através da mídia produz segmentações, constrói solidariedades, dissemina projetos ou visões do mundo, catalisa debates, faz deslanchar processos de prestação de contas ou estimula a mobilização cívica (MAIA, 2006, pp.25-27).

Nesse cenário, a tecnologia de informação potencializou as vozes de muitos segmentos, que reforçam suas bandeiras de luta por meio de canais de mediação comunicacional e, principalmente, folkcomunicacionais. O receptor não é mais passivo, pelo contrário, ele é um produtor de conteúdo e insere seus significados nos discursos que são recontextualizados dos *mass média*, reverberando em seus grupos afins.

Essa rede mundial de computadores que cada vez mais ganha adeptos e usuários mudando, inclusive, os processos comunicacionais com forte evidência e atividade do receptor, antes tido como elemento secundário ou passivo no processo comunicacional. Esse receptor é o mesmo agente folk outrora proposto na teoria da Folkcomunicação de Luiz Beltrão, que hoje usa a grande rede de computadores para propagar suas ideias. (BERTI; CORNIANI, 2009, p.10)

O termo folkcomunicação, desenvolvido e introduzido no Brasil por Luiz Beltrão de Andrade Lima (1918-1986), atualiza-se frente às novas arenas de disputa política, via mídias digitais, promovendo discussões acerca de grupos marginalizados na sociedade e gerando novos debates e novas demandas políticas na sociedade atual. Luiz Beltrão (1967) apontava na formulação de sua teoria que o fundamento básico da folkcomunicação é que existem formas diferenciadas de cultura – popular e erudita –, mas também formas diferenciadas de comunicação. O que significa afirmar que as classes populares e minorias, considerados



segmentos marginalizados, no sentido de viverem à margem de uma sociedade, não digerem as mensagens e os conteúdos da mídia hegemônica de maneira passiva, mas filtram e se apropriam dos discursos, recodificando e reinterpretando para seus pares.

Schmidt (2006) aponta que com a internet os grupos populares marcam presença quando se apropriam das novas mídias para a divulgação de suas questões. A autora lembra que as lideranças folks são os negociadores que fazem a codificação do fluxo e contrafluxo da informação.

Esses agentes não são únicos; muitas vezes é um grupo de pessoas que respalda a comunidade em suas relações. Incorporar técnicas na produção cultural popular agrega elementos comunicativos atualizando o grupo às linguagens do mundo. A folkcomunicação também estará com novos parâmetros – novos instrumentos, novas cores, nova mídia –, mas atendendo a demandas do momento’ (SMIDITH, 2006, p. 40).

O trabalho político desenvolvido por líderes de alguns segmentos minoritários consegue fazer uma ponte semântica entre a conjuntura social, política e econômica e seus grupos. Estes líderes funcionam como mediadores de novos significados, que conseguem a aderência de seus pares pela utilização de uma linguagem e de uma experiência de vida muito peculiares, que só os membros do próprio grupo entendem e compartilham.

É o caso da população LGBT e suas variantes que convivem com questões muito específicas no seu dia a dia, com um vocabulário próprio e com uma visão de mundo e problemas comuns. Esses critérios permitem uma interação comunicacional entre os agentes e a sua audiência – o que Luiz Beltrão (1967) chamava de audiência folk –, definindo importantes apoios políticos, uma vez que os membros da comunidade se sentem representados por aqueles líderes que potencializam suas vozes nas esferas políticas. As mídias digitais passam a ser um palco de discussões sobre questões que interferem na cidadania desse segmento, fortalecendo suas bandeiras de lutas e, principalmente, sua visibilidade social.

## **Transexuais, política e suas bandeiras de luta**

O número significativo de candidaturas de transexuais nas eleições municipais de 2020 chamou a atenção, principalmente, pela quantidade de votos que elegeram 30 transexuais

nas mais diferentes cidades do país. A secretária de articulação política da Antra, Bruna Benevides, explica que além do engajamento e militância das pessoas trans, três fatores potencializaram as oportunidades de candidatura desse segmento em 2020.

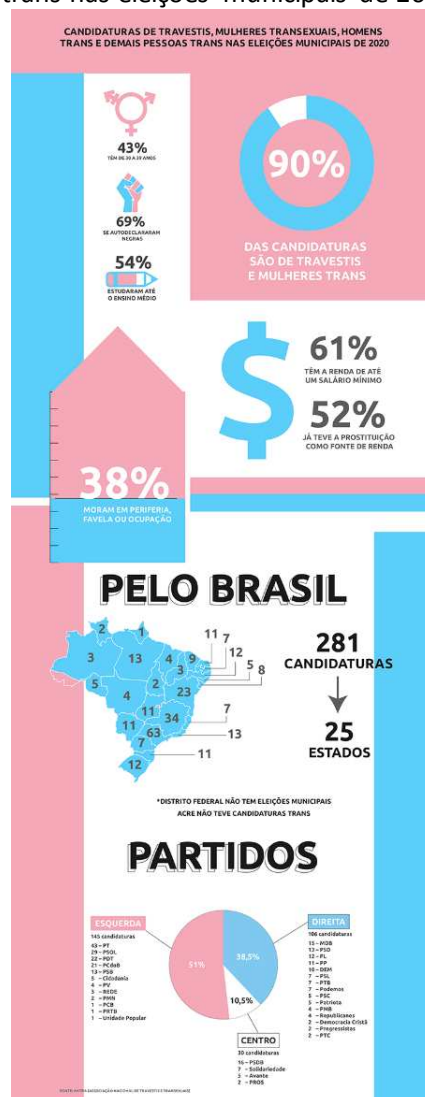
O primeiro marco teria sido em 2018 com a autorização do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) para o uso do nome social nas candidaturas e na inserção no título de eleitor, o que provocou, no mesmo ano, o cadastro de 538 eleitores. Meses depois o Supremo Tribunal Federal permitiu que transexuais e travestis têm o direito de alterar seu nome no registro civil sem precisar se submeter ao procedimento médico de redesignação sexual ou pedir autorização judicial. No ano seguinte, a Resolução 23690/2019 do TSE permitiu as mulheres trans concorrer as cotas femininas dos partidos políticos, reforçando que a reserva de vagas considera gênero, isto é, a forma como a pessoa se identifica e não os órgãos genitais com os quais nasceu. (SANTOS, Taynara. Candidaturas trans disparam em todo país para garantir a defesa de pautas. UOL, 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/ecoa/ultimas-noticias/2020/11/14/candidaturas-trans-disparam-em-todo-pais-para-garantir-a-defesa-de-pautas.htm> . Acesso em 20 março 2021).

Duda Salabert, Erika Hilton, dentre outras, conseguiram escrever uma nova história na política nacional em 2020, tendo a visibilidade midiática de seus discursos e de suas ações em prol do movimento transexual reverberando na identificação de milhares de cidadãos que se veem representados por essas candidaturas. Duda Salabert foi a vereadora mais votada da história de Belo Horizonte, Minas Gerais, com 37.613 votos e a primeira parlamentar transgênero da capital mineira. Erika Hilton (PSOL), foi eleita com 50.508 votos, tornando-se a vereadora mais votada do Brasil e a primeira mulher transgênero a ocupar uma cadeira na Câmara Municipal de São Paulo. No Programa Roda Viva, a sua entrevista reafirmou a importância da representação política para a visibilidade trans, não só para São Paulo, mas para todo o mundo.

(...) Só vamos construir um diálogo com quem está do outro lado, olhando para a pauta de gênero, da sexualidade como uma coisa demoníaca, se partirmos para o campo da didática, da pedagogia. (...) A gente precisa encontrar uma didática para mostrar que não nada de errado conosco e que não queremos acabar com a família, só queremos que haja democracia na família. Quando encontrarmos as palavras certas, que cheguem para as famílias, para as pessoas que ainda não atingimos, será um momento crucial de nossa história. Seremos vistas, ouvidas e passaremos a mensagem de que não queremos destruir nada. Nosso propósito é de construção (Erika Hilton. Programa Roda Viva. São Paulo: TV Cultura, 02 de fevereiro de 2021. Programa de TV)

Com as candidaturas, os discursos sobre a visibilidade trans ganharam os principais jornais, revistas e portais de notícias em todo mundo. Ao mesmo tempo que se consolida o êxito da representação política desse segmento nas eleições municipais de 2020, dados da Associação Nacional de Travestis e Transexuais revelam que o país registrou 175 assassinatos de pessoas transexuais nesse mesmo ano. Com isso, o Brasil mantém a posição de país que mais mata transexuais no mundo, de acordo com a ONG Transgender Europe, que monitora 71 países.

**Figura 1 – Candidaturas de travestis, mulheres transexuais, homens trans e demais pessoas trans nas eleições municipais de 2020**



Fonte: ANTERA (Associação Nacional de Travestis Transexuais)

## **A reconfiguração da representação política**

Na última década, vários estudos contemplaram uma revisão do conceito de representação política. A maioria destes trabalhos discute a dialética entre as teorias normativas e as práticas nas sociedades contemporâneas, que se revelam cada vez mais complexas e fragmentadas, criando sempre novas demandas, que colocam em xeque a legitimidade dos representantes (YOUNG, 2002; URBINATI, 2004, 2006; AVRITZER, 2007). Em um momento em que o Estado dá sinais claros de deterioração na sua relação com a sociedade, grupos organizados desenham novos modelos de representações políticas, acirrando a disputa com as instituições, que, tradicionalmente, eram referências formais dos governos representativos, com ênfase no processo eleitoral, como os partidos políticos (MENDONÇA, 2011).

A deterioração da relação entre o Estado e a sociedade é evidenciada por uma série de novas situações vivenciadas nos dias atuais, como a onda apartidária dos cidadãos, o número crescente de abstenção eleitoral, a apatia política e muitas outras (GOMES, 2011; MIGUEL, 2010; CHADWUIK, 2006). Esse descrédito quanto à política tradicional impacta a identificação dos eleitores com os partidos políticos.

Esta discussão teórica é realizada, desde então, no meio acadêmico, o que aponta para um olhar diferenciado sobre como os partidos lidam com esta nova realidade no que se refere à representação política. Todavia, o eixo desses debates sobre representação política passa pela ideia de processo, de continuidade, de reciprocidade, de algo inacabado e sempre em construção. Nesse sentido, a representação política mostra-se de forma clara que não se esgota mais no processo eleitoral, como vocalizavam antigas teorias, como a de Hobbes em 1651, que viam o consentimento prévio dos cidadãos dado nas urnas como base para que, os representantes agissem em nome dos representados (LIMA JUNIOR, 1997).

Atualmente, a ideia da interação é fundamental para legitimar a representação política. O estabelecimento de novas formas de diálogos entre representantes e representados supõe a participação popular em novas instâncias deliberativas e o incremento de mecanismos de comunicação para que a entrosamento entre as partes venha a ser construído de forma paulatina, seja para cobranças, seja para afinar os discursos entre as

partes, seja para definir políticas públicas. Assim, a participação deixa de ser um paradoxo à noção de representação, pois ela se faz necessária para o funcionamento desta engrenagem política na época atual. Os representados já não se omitem e transferem suas demandas aos representantes, mas participam das discussões políticas, ajudando-os na tomada de decisões. Esses estudos revelam que o alargamento do conceito de representação política é resultado da evolução do próprio processo de democratização, respaldado na participação popular (MENDONÇA, 2011; YOUNG, 2006). Com isso, os meios de comunicação e a opinião pública passam a ser os principais condutores dos fenômenos sociais e políticos.

Diante dessas premissas, promove-se uma releitura sobre este tipo de representação política, que é atravessada pelos meios de comunicação, sejam os massivos comerciais - representados pelos grandes conglomerados de comunicação-, sejam os canais privados dos partidos políticos, de instituições e de movimentos sociais, que constroem suas perspectivas singulares sobre a realidade social, política e econômica, de acordo com os vieses que lhes interessam e lhes beneficiam.

Os campos da mídia e da política, apesar de suas lógicas e regras próprias, estão cada vez mais em um processo de intercessão, criando uma disputa entre seus agentes pelo acúmulo destes capitais simbólicos, que reconfiguram a tradicional noção de política que tínhamos há décadas. Miguel (2002) aponta que o capital político é uma forma de capital simbólico, ou seja, dependente do reconhecimento fornecido pelos seus pares.

(...) mídia e política formam dois campos diferentes, guardam certo grau de autonomia e a influência de um sobre o outro não é absoluta nem livre de resistências. (...) O que se observa é que a visibilidade na mídia é, cada vez mais, componente essencial na produção do capital político. A presença em noticiários e *talk-shows* parece determinante do sucesso ou fracasso de um mandato parlamentar ou do exercício de um cargo executivo, isto é, na medida em que se deve acrescentar algo ao capital político próprio do ocupante. Da mesma maneira, a celebridade midiática tornou-se o ponto de partida mais seguro para quem deseja se lançar na vida política – na forma, dependendo do perfil de cada um, de uma candidatura às eleições ou de um convite para uma função governamental. (MIGUEL, 2012, pp 167-169).

Com as transformações na sociedade, a ênfase recai sobre uma intensa fragmentação dos segmentos sociais e de suas novas bandeiras de lutas, que se impõem no cenário político, principalmente, pela potencialização do contato direto com seus pares, via mídias digitais

embaralhando ainda mais a concepção de representação política. As bases que sustentaram os partidos políticos e suas representatividades começaram a perder espaço nesta luta simbólica, deixando de ser tão homogêneas e com demandas comuns. Com isso, os partidos políticos enfraqueceram nos seus posicionamentos ideológicos, uma vez que tinham como suporte principal as classes sociais para definições de suas representações políticas, repercutindo nos modelos de sistema político que defendiam (CHADWUIK, 2006). Entram em cena, as organizações da sociedade civil e formas não eleitorais de representação, buscando potencializar as vozes de determinados segmentos, até então excluídos do processo político e da tomada de decisões, exigindo, com isso, que suas demandas fossem incorporadas nos debates e assegurassem novos direitos sociais e políticos. Nesse sentido, a mídia começa a reforçar seu papel crucial na visibilidade e na vocalização das demandas destes novos grupos e suas lutas por direitos na sociedade.

Young (2000), no seu livro *Inclusion and democracy*, contribui para este debate com uma nova abordagem sobre representação, tendo como foco principal o conceito de “perspectivas sociais”, visando os chamados grupos minoritários, que aparecem com mais força no campo político, como mulheres, negros, homossexuais e outros. Por esta ótica, cada um dos novos segmentos que irrompem no tecido social a partir da década de 90, frutos dos novos tempos, têm perspectivas diferenciadas em relação a algumas temáticas, que são necessárias e urgentes nas discussões políticas dos regimes democráticos atuais. Com isso, os processos midiáticos reaparecem como mecanismos de visibilidade das demandas destes novos segmentos até então marginalizados e excluídos do fazer política. Young (2006) aproximou suas análises de uma visão deliberacionista da democracia e da representação política, tentando abarcar a inclusão social destes novos grupos. Segundo a autora, a multiplicidade dos pontos de vistas amplia a noção de realidade e contribui para o processo democrático.

Outra pesquisadora que acrescenta novos elementos à discussão sobre representação política, com vínculos com a opinião pública e com a mídia, é a italiana Nadia Urbinati. No seu trabalho *Representative Democracy: principles and genealogy* publicado em 2002, Urbinati (2002) defende a representação política como fundamental para o funcionamento da democracia, baseada no discurso público que valoriza a política democrática, potencializando as vozes dos cidadãos em todo o processo político, não só na escolha dos seus representantes.

Nesta perspectiva, Urbinati (2002) considera a representação política vinculada ao estímulo à participação política e à expressão da vontade popular, transformando-se, assim, em uma forma de organização política. Para Urbinati (2002), a representação política amplia a noção de participação, na medida em que considera que um caráter deliberativo permite uma constante recriação e aperfeiçoamento do que se entende por democracia.

A autora inclui nesta discussão a noção de *advocacy*, como uma vontade superior e apaixonada às causas e às demandas dos seus constituintes com certa autonomia de julgamento, reforçando a importância da representação política como mola propulsora dos regimes democráticos. Urbinati (2002) faz uma defesa dos *expertises*, que seriam porta-vozes aprimorados dos seus representantes. Sob essa ótica, os militantes de minorias começam a ocupar espaços na política tradicional, tecendo de forma contínua um diálogo com seus pares e se apropriando de um discurso que tem ressonância no dia a dia desses indivíduos, que acabam por elegê-los porta-vozes de suas demandas.

Outro autor que atua na mesma linha de raciocínio é Mendonça (2011) que traz para os debates o que ele denomina “esferas de interação comunicativa”, dando o tom das mudanças nesta relação entre Estado e sociedade, atravessada pelas novas arenas de debates via mídias digitais. Mendonça (2011) reforça a importância do diálogo constante entre as partes para que os discursos entre ambos se tornem afinados e permitam consensos e avanços políticos. Neste contexto, a comunicação consolida seu espaço na formulação diante desse novo conceito de representação política, o qual a legitimidade conquistada se faz em nível discursivo. O autor sugere que quanto mais complexa for a rede de mecanismos de representação, maiores as chances de representar mais aspectos dos cidadãos, pois é através da troca pública de argumentos em diferentes arenas discursivas que uma representação pode construir sua legitimidade, mantendo um processo contínuo discursivo articulado em diferentes fluxos e esferas. Com isso, a representação deve ser centrada em discursos e o núcleo da política transforma-se em múltiplos discursos (MENDONÇA, 2011, p. 122).

## Considerações finais

A entrada de ativistas transexuais nas instâncias tradicionais da política aponta para um momento ímpar de organização dos grupos denominados minoritários, tendo as mídias digitais com principal estratégia para potencializar suas vozes por demandas e direitos, cada

vez mais específicos. Os grupos sociais, historicamente marginalizados, já não esperam e nem se contentam mais com representantes que não reverberam suas reivindicações e demandas. Estão cientes de que eles próprios precisam conquistar seus espaços políticos para promover as mudanças de mentalidade que engessam a sociedade, impedindo-a de se tornar plena e tolerante com a cidadania de todos, independentemente de credo, opção sexual, gênero, ideologia, etnia, necessidades especiais ou quaisquer outros tipos de diferenças.

Mesmo que política nacional tenha registrado avanços de grupos conservadores e de extrema-direita, nos últimos anos, que tentam impor suas ideologias e impedir conquistas das minorias, elas estão engajadas e disputam seus espaços políticos, principalmente nas arenas midiáticas, efetivando seus discursos e naturalizando seus modos de vida e de comportamentos.

A mídia é uma arena importante, um espaço onde as disputas discursivas devem ser realizadas e conquistadas. São através de vozes plurais e retóricas diferenciadas que a sociedade promove momentos de convivência e de possibilidades efetivamente democráticas. A velha e tradicional noção de que os enquadramentos midiáticos reforçavam apenas uma leitura hegemônica da sociedade, construída pelas elites econômicas e políticas, vem sendo testada e confrontada com releituras desta mesma realidade, através da visibilidade de segmentos que sempre foram excluídos de se posicionarem politicamente e de revelarem suas perspectivas sociais, no sentido proposto por Young (2002). É a partir do momento que a mídia divulga e potencializa outras vozes, criando novas correntes contra-hegemônicas, que o espaço público é oxigenado e começa a ser repensado, forçando transformações sociais e políticas.

Os brasileiros assistem, ainda de forma tímida, que a representação política começa a sair dos gabinetes e passa a ser construída nos discursos das redes sociais, dos *blogs*, dos *microblogs*, dos portais de notícias, dos aplicativos e de outros dispositivos tecnológicos. São esses canais de comunicação que atualizam o conceito de folkcomunicação, abrindo um campo de estudo sobre os novos agentes e audiências folcks, como denominava Luiz Beltrão. Neste novo contexto, as mídias digitais alteram essa relação entre representantes e representados, tendo a visibilidade como a principal estratégia de enfrentamento e de posicionamentos políticos, forçando o pensar e o repensar que a diferença dos segmentos



minoritários não pode ser nunca confundida com inferioridade, pelo contrário, deve ser confundida com a palavra democracia.

As vitoriosas candidaturas transexuais confirmam o voto da diversidade e levam suas bandeiras de luta para as tradicionais instâncias políticas, reforçando a cidadania de milhares de brasileiros e brasileiras que até então não ouviam suas próprias vozes na esfera política, clamando por mais justiça, mais igualdade, mais oportunidades.

## Referências

ALBERTI, Verena; PEREIRA, Amílcar A. **A defesa das cotas como estratégia política do movimento negro contemporâneo**. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, nº 37, 2006. Disponível em: <https://www.sabedoriapolitica.com.br/products/breve-historia-dos-movimentos-sociais-no-brasil/> Acesso em 20 mar. 2021.

ANTRA. Disponível em: < <https://antrabrasil.org>> Acesso em 20 mar. 2021.

AVRITZER, Leonardo. **Sociedade Civil, Instituições Participativas e Representação: da autorização à legitimidade da ação**. DADOS – Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, Vol. 50, no 3, 2007.

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

CHADWICK, Andrew. **Internet Politics: States, Citizens and New Communication Technologies**. New York: Oxford University Press, 2006.

CORNIANI, Fábio Rodrigues; BERTI, Maurício de Carvalho. **A folkcomunicação como instrumentalização da comunicação alternativa na Internet**. In: INTERCOM. 2009, Curitiba. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2564-1.pdf>. Acesso em 10 mar. 2021.

CORREIA, J. Carlos. **Teoria e crítica do discurso noticioso – notas sobre o jornalismo e representações sociais**. Portugal: LabCom, 2009.

COSTA, Antônio Firmino da. **Identidades culturais urbanas em época de globalização**. In: RBCS, Vol. 17, nº 48, fevereiro/2002.

ERIKA HILTON. **Programa Roda Viva**. São Paulo: TV Cultura, 02 de fevereiro de 2021. Programa de TV.

GOMES, Wilson. **A transformação da política na era da comunicação de massa**. 3ª edição. São Paulo: Paulus, 2007.

LIMA JÚNIOR, Olavo Brasil. **Instituições políticas democráticas: o segredo da legitimidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997

MAIA, Rousiley; CASTRO, Maria Ceres Pimenta Spínola (org.). **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

MARQUES DE MELO, José. **Folkcomunicação na era digital: a comunicação dos marginalizados invade a aldeia global**. In: V Bienal Iberoamericana de Comunicación. Instituto Tecnológico de Monterrey. Disponível em [http://www.marquesdemelo.pro.br/textos/textos\\_recentes/txt\\_rec\\_03.htm](http://www.marquesdemelo.pro.br/textos/textos_recentes/txt_rec_03.htm), acesso em 10 mai. 2021.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino. **Representation and deliberation in civil society**. Brazilian Political Science Review, nº2, p.117-137, 2008. Disponível em: [http://www.bpsr.org.br/english/arquivos/BPSR\\_v2\\_n2\\_dec2008\\_05.pdf.pdf](http://www.bpsr.org.br/english/arquivos/BPSR_v2_n2_dec2008_05.pdf.pdf)> Acesso em 15 mar. 2021.

MIGUEL, L. Felipe. **Representação política em 3-D – elementos para uma teoria ampliada da representação política**. Revista Brasileira de Ciências Sociais - Vol. 18, nº 51, 2003. Disponível em:< <http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v18n51/15989>> Acesso em 09 mar. 2021.

PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre (org). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.

PITKIN, Hanna. **The Concept of Representation**. Berkeley: University of California.Press, 1967.

SANTOS, Taynara. **Candidaturas trans disparam em todo país para garantir a defesa de pautas**. UOL, 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/ecoa/ultimas-noticias/2020/11/14/candidaturas-trans-disparam-em-todo-pais-para-garantir-a-defesa-de-pautas.htm> . Acesso em 20 mar. 2021.

SCHMIDT, Cristina. **A reprodutibilidade digital da folkcomunicação: a construção de novas linguagens ou o fim do popular**. IX Conferência Brasileira de Folkcomunicação, São Bernardo do Campo, 2006. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-3148-1.pdf> . Acesso em 23 mar. 2021.

SILVERINHA, Maria João. Democracia e reconhecimento: repensar o espaço público. In: PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre (org). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.

SOARES, M. César. **Representações, jornalismo e a esfera pública democrática**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

SODRÉ, Muniz. **Por um conceito de minoria**. In: PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre (org). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.

URBINATI, N. **O que torna uma representação democrática**. Lua Nova, São Paulo, 2006. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/ln/n67/a07n67.pdf>. Acesso em 20 mar. 2021.

URBINATI, N. **The concept of representation in contemporary democratic theory**. Annual Review of Political Science **Vol. 11**. 2002. Disponível em:

**RIF**, Ponta Grossa/ PR Volume 19, Número 42, p.12-27, Janeiro/Junho 2021

<http://www.annualreviews.org/doi/pdf/10.1146/annurev.polisci.11.053006.190533>. Acesso em 13 mar. 2021.

YOUNG, Iris Marion. **Inclusion and Democration**. Oxford: Oxford University Press, 2002.

YOUNG, Iris Marion. **Representação política, identidade e minorias**. Trad. Alexandre Morales. Lua Nova, São Paulo, 2006. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/ln/n67/a06n67.pdf>>. Acesso em 12 mar. 2021.

## Os jogos da política e a teia cultural de Lampião em Mossoró

*Elizabeth Christina de Andrade Lima*<sup>1</sup>  
*Karlla Christiane Araújo Souza*<sup>2</sup>

**Submetido em: 19/09/2020**

**Aceito em: 01/06/2021**

### RESUMO

O artigo propõe uma interconexão entre os estudos de Cultura e Política, tomando como caso para análise a passagem do bando de Lampião pela cidade de Mossoró e de como o bando foi expulso por sua maior autoridade local, o prefeito Rodolfo Fernandes. Esse fato histórico local é revivido, todos os anos, a 13 de junho, por meio de uma peça teatral, apresentada em praça pública, o qual ajuda a reforçar e reinventar, ano a ano, tal folguedo e seus usos por parte dos políticos locais e das famílias políticas, que há anos, detêm o poder na cidade, como a família Rosado. Para tanto, pesquisamos, além da peça teatral, cordéis que contam a “saga de Lampião em Mossoró”, Jornais locais sobre os usos de políticos sobre a saga de Lampião. Observamos que tal folguedo ajuda na perpetuação não só do imaginário da cidade como “terra de valentes”, como é utilizada pelos políticos na construção de suas *personas* públicas.

### PALAVRAS-CHAVE

Lampião; Cangaço; Poder Político.

## The games of politics and the cultural structure of Lampião in Mossoró

### ABSTRACT

The article proposes an interconnection between the studies of Culture and Politics, taking as a case for analysis the passage of Lampião's band through the city of Mossoró and how the band was expelled by its greatest local authority, Mayor Rodolfo Fernandes. This local historical fact is revived, every year, on June 13th, through a play, presented in a public square, which helps to reinforce and reinvent, year after year, a revelry and its uses by local politicians and political families, which for years have held power in the city, such as the Rosado family. To this end, we researched, in addition to the play, strings that tell "Lampião saga in Mossoró", Local newspapers about the uses of politicians on the saga of Lampião. We

---

<sup>1</sup> Professora Titular de Antropologia da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), Paraíba.

Coordenadora do Laboratório de Cultura, Mídia e Política e Líder do Grupo de Pesquisa do CNPq: Antropologia da Política: Cultura Midiática e Práticas Políticas. Correio eletrônico: ecalima50@gmail.com.

<sup>2</sup> Professora Doutora de Ciências Sociais da Universidade Estadual de Mossoró (UERN). Correio eletrônico: karll\_chris@yahoo.com.br.

observed that such play helps in perpetuation not only of the imaginary of the city as "land of the brave", but is used by politicians to build their public personas.

## KEYWORDS

Lampião; Cangaço; Political Power.

## Los juegos de la política y la teia cultural de Lampião en Mossoró

## RESUMEN

El artículo propone una interconexión entre los estudios de Cultura y Política, tomando como argumento para el análisis el paso de la banda de Lampião a través de la ciudad de Mossoró y cómo la banda fue expulsada por su máxima autoridad local, el alcalde Rodolfo Fernandes. Este hecho histórico local se revive, cada año, el 13 de junio, a través de una obra de teatro, presentada en una plaza pública, que ayuda a reforzar y reinventar, año tras año, este folguedo y sus usos por parte de políticos locales y familias políticas, que durante años han tenido poder en la ciudad, como la familia Rosado. Con este fin, investigamos, además de la obra, cuerdas que cuentan la "saga de Lampião en Mossoró", periódicos locales sobre los usos de los políticos en la saga de Lampião. Observamos que ese folguedo ayuda a perpetuar no sólo el imaginario de la ciudad como "tierra de los valientes", sino que es utilizado por los políticos en la construcción de sus personajes públicos.

## PALABRAS CLAVE

Lampião; Cangaço; Poder Político.

## Introdução: Da invasão

A tentativa de assalto do bando de Lampião à cidade de Mossoró, no Estado do Rio Grande do Norte, foi um acontecimento de ordem econômica e política que, à época, envolveu a fama de uma cidade rica e desenvolvida, o que se justifica pela quantia em dinheiro exigida por Lampião ao prefeito. Politicamente, soma-se a atitude do representante da cidade, o prefeito Rodolfo Fernandes, de assegurar a defesa do território e de seus habitantes. Todavia, o relato das pessoas que temeram as ameaças do Cangaceiro e fugiram para locais vizinhos, as marcas dos tiros deixadas nos prédios e na igreja da cidade; os registros fotográficos e seus diversos usos; a festa que hoje é celebrada no dia 13 de junho (coincidindo com o calendário de Mossoró Cidade Junina); as encenações em praça pública do espetáculo "Chuva de Balas no País de Mossoró"; o Memorial da Resistência, marco

turístico construído no epicentro cultural da cidade. Tudo isso coloca a “resistência” de Mossoró ao bando de Lampião como um fato de larga repercussão cultural.

A passagem do bando pela cidade ganhou o título hiperbólico de “invasão” do bando de Lampião a Mossoró. O episódio malsucedido do ataque de Lampião foi sendo continuamente alimentado a partir de informações que vêm das práticas culturais locais, das matérias jornalísticas, dos rituais cívicos. Este artigo é resultado de quatro anos de pesquisas na cidade de Mossoró em que foram investigadas três dimensões culturais relacionadas ao fenômeno, suas narrativas e formas de recriação presentes na literatura de cordel, no espetáculo Chuva de Balas no País de Mossoró e na imprensa local.

A pesquisa instrumentaliza as articulações entre linguagens (poesia, teatro e imprensa), símbolos (Lampião, os cangaceiros, o prefeito) e mito (a resistência de Mossoró) e as interpretações que constroem o imaginário. A noção de imaginário, além de um instrumento de pesquisa, permite também compreender as concepções que o grupo tem de si e a forma como promoveram socialmente as mudanças e permanências. As narrativas poéticas, mitológicas e teatrais não são vistas como mera repetição dos fatos, ela obedece a um princípio criativo e dinâmico, de modo que a descontinuidade temporal não anule a continuidade da experiência.

A história de Lampião e seu bando há muito tempo vem sendo contada, passando de geração em geração como símbolo da cultura nordestina. Seus feitos lhe atribuíram fama e permitiram que ainda nos dias atuais fosse lembrado como uma das principais personagens que ilustram o imaginário popular, parte indissociável da cultura de um povo injustiçado. Inúmeras versões foram criadas e no próprio ato da perpetuação presente na oralidade, novos elementos são acrescentados, o que não diminui sua veracidade, apenas contribui para que os fatos se tornem significativos e eternizem-se na memória de quem os ouve.

Dentre os muitos fatos que marcaram a vida de Virgulino Ferreira da Silva, popularmente conhecido como Lampião, está a invasão de seu bando a cidade de Mossoró no dia 13 de junho de 1927. Fato que deu a cidade prestígio em todo o Nordeste, fazendo com que esta ficasse conhecida como a cidade que derrotou Lampião, a terra da resistência. Uma séria de questões forma-se em torno desta temática. Quais as repercussões políticas para a construção desta ideia de resistência? Como podemos caracterizar Lampião, enquanto vilão ou herói? E a classe dirigente de Mossoró, que tipos de herói podem representar? Qual a função da poesia, do teatro e da imprensa na perpetuação deste mito? Estas foram algumas

problematizações que nos levaram a atentarmos para outras versões desta história já tão conhecida. Desse modo, tivemos a oportunidade de analisá-la por diferentes ângulos.

A vitória do prefeito sobre o bando de Lampião também produziu um efeito duradouro na política e na identidade cultural da cidade. Assim, ela passou a ser conhecida como brava e heroica, uma cidade que na figura de seu destemido prefeito lutou contra Lampião e seu bando com bravura, resistindo a chantagens e violência e protegendo a sua população. Foi a partir das encenações desse acontecimento heroico que a cidade passou a ser projetada no cenário cultural. Sua cultura cresceu com ênfase nesse acontecimento histórico, cuja narrativa continua viva.

Vale salientar que a invasão do bando de Lampião a Mossoró tem sido um feito contado há várias décadas enquanto efeméride municipal. Como esclarece Paiva Neto (2001) a família Rosado, muito conhecida em toda região, utilizou implicitamente a celebração desta data para destacar-se no âmbito político. Desde o ano de 1946, quando os primeiros membros desta família ocuparam mandatos políticos, impulsionados pelo patriarca Jerônimo Rosado, foram pouquíssimas as vezes em que concorreram à prefeitura de Mossoró saindo derrotados. Além de estarem registrados na memória social pelos mandatos que exerceram e seus feitos, estão “eternizados” em monumentos, como estátuas e nomes de ruas e logradouros, bem como por fomentarem as festas cívicas da cidade. Mesmo aqueles que não se envolveram diretamente com a política, eram profissionais de diversas áreas e intelectuais que auxiliaram a articular mitos, símbolos e rituais como base do discurso que justifica o domínio político.

No que diz respeito ao episódio da invasão do bando de Lampião, os rituais vêm mostrando, através da figura do prefeito, na época, Rodolfo Fernandes, o engrandecimento da classe política, sendo o mesmo destacado como o homem corajoso que elaborou o plano para derrotar o bando de cangaceiros. Dessa forma, a família Rosado indiretamente, mesmo não participando da resistência a Lampião, ganha força e renome de coragem para representar a cidade no setor político, através dos efeitos de um tempo cíclico, em que os acontecimentos do passado aparecem exercendo influência sobre o presente.

### **Literatura de cordel: A inversão**

Com o elenco de nove cordéis analisados, adotamos o procedimento metodológico de procurar perceber como os cordéis (re)elaboram o mito e contrastam as imagens dos heróis,

permitindo a sociedade se situar diante dos atores do presente. Sabemos que o mito tem a função de tornar físico e visível aquilo que é abstrato e impalpável, além de multiplicar o sentido dos acontecimentos. Pela longitude do que foi vivido, o cordel recebe a licença mitopoética de relatar o fato histórico. Destarte, esta literatura representa os saberes que circulam na sociedade e, ao mesmo tempo, recebe o consentimento de reforçar, inovar ou inventar, diante da realidade objetiva. Portanto, a literatura de cordel que reconta a invasão apresenta Lampião enquanto herói injustiçado, o que constitui dado simbólico que denuncia aspectos da realidade política e social.

Como recurso para analisar a multiplicidade de textos e celebrações que se desdobram a partir deste fenômeno, consideraremos a produção de poetas mossoroenses e da região que, através da literatura de cordel ajudaram a caracterizar e construir o imaginário local. Segundo Edgar Morin, a poesia é diretamente nutrida pelo pensamento simbólico e mitológico. Entretanto: “em nossa cultura ocidental, tanto a poesia quanto a cultura humanista foram relegadas” (MORIN, 2010, p.38). Desse modo, a pesquisa é também um meio de valorizar a poesia e os poetas locais.

A quantidade de folhetos produzidas nesta temática nos indica a relevância cultural do fenômeno. Os cordéis selecionados foram aqueles que fazem referência direta ao tema e escritos por poetas locais e regionais, procurando ser coerente com dados que nos levem a compreender a imagem que os mossoroenses têm de si. Estes cordéis foram resultados do investimento de gráficas locais, sendo dois panfletos patrocinados pelo prêmio de fomento Edição 2007 da Prefeitura Municipal de Mossoró.

Os cordéis foram compreendidos como objetos simbólicos e não como marcas documentais do que aconteceu efetivamente, desde que o passado está comprometido com a leitura que fazemos dele no presente. Além disso, o poeta utiliza as estratégias próprias da literatura de cordel e exagera, recria, omite, sobressalta os detalhes que lhe interessam, a fim de ancorar o sentido que deseja construir, (re)construindo assim a realidade.

Para além da afinidade na estrutura textual entre os cordéis, buscaremos nos textos selecionados repertório que justifique estratégias de imaginação do poeta, causando uma verdadeira rede de relações dos textos entre si: “Redes de textos, que por vezes remetem uns para os outros, que trabalham sobre os mesmos motivos” (CHARTIER, 1990, p.174).

Nos textos poéticos buscamos, ainda, os sinais do que pode ser entendido como político, implícita ou explicitamente. Não apenas, levando a efeito o que possa ser referência



direta ao poder político e aos heróis cívicos da cidade, mas o que caracterizaria o lugar do povo, considerando que a figura simbólica de Lampião é ambígua e controversa, inspira paixão e medo, santidade e profanidade, repúdio e veneração.

Dentre os cordéis analisados, escolhemos dois específicos, por se tratarem de textos que subvertem a história oficial e trazem elementos que ajudam a questionar a maioria das versões reencenadas da Invasão do bando de Lampião a Mossoró. Nestes cordéis, foi possível perceber uma série de modificações da história, a começar pelos seus títulos: “A Defesa de Lampião” e “O Ataque de Mossoró ao bando de Lampião”, em ambos os casos, não é o bando de Lampião que faz o ataque e sim a cidade de Mossoró.

Percebemos que as histórias narradas pelos poetas Antônio Francisco e José Augusto não se passam como se tivessem ocorrido há muito tempo atrás. Ao contrário, são criações que admitem as raízes na vida social presente.

Na cidade de Mossoró, Lampião se torna um herói às avessas. Isso porque ele se torna figura emblemática no imaginário popular, não por ter conseguido salvar o seu povo, mas porque fez um assalto à cidade. Segundo uma das versões narradas no cordel “A Defesa de Lampião” do poeta José Augusto, Lampião foi enganado em um acordo com a classe dominante e teve o seu bando derrotado em uma emboscada.

É interessante considerar que Lampião se torna uma peça chave quando é “contratado” pelo prefeito de Mossoró para atuar como bandido a fim de tornar esse mesmo prefeito um herói!

Mas como não tinha visto  
Nem nunca ninguém contar  
Prefeito de qualquer canto  
A meu cangaço pagar!  
Pra seu lugar invadir  
Pra ser um ser popular...

Em busca de se tornar político destacado para a população da cidade de Mossoró, o prefeito Rodolfo Fernandes busca um acordo com o herói mítico do sertão, Lampião, o Virgulino Ferreira, acordo esse que é descrito no cordel de Jose Augusto:

(...) Mandado pelo prefeito  
Um bilhete que dizia:  
  
“Caro, caro Virgulino,  
É só por mal entendido  
Tanta gente mata e morre

Deixando desprotegido  
Esposa, pai, filho e mãe,  
Quando pode ser resolvido

Saiba que eu darei o dobro  
Da quantia que pedir,  
Assim não atrapalhando  
Pra onde você quer ir  
Ficando em paz Mossoró  
Sem nada se destruir.

Diante do acordo proposto pelo prefeito, como visto no cordel, percebe-se, então, sua façanha para se tornar um “representante popular”. De fato, ele engana Lampião, pois desde o começo o prefeito se prepara para verdadeiramente enfrentá-lo, armando assim uma cilada para o líder cangaceiro e seu bando, como narra o cordel.

O mito possibilita a um episódio histórico, como é o caso do ataque do bando de Lampião à cidade, a oportunidade e mesmo a capacidade de reinventar-se. É importante destacar que o “real fato” adquire muitas formas de ser recontado. No entanto, os novos elementos acrescentados no cordel servem de retroalimentação para o mito, fazendo com que, ainda que tenha sido repetido inúmeras vezes, se torne novo a cada exposição.

No caso do cordel: “O Ataque de Mossoró ao Bando de Lampião”, a história começa no inferno, onde houve um festival para premiar os que cantavam melhor. Lampião foi um dos ganhadores e teve como prêmio um passe para viajar por todo canto do inferno, mas o ganhador preferiu utilizá-lo para viajar para o Nordeste do Brasil, especificamente Mossoró, onde se desenrola toda a história de invasão, um pouco diferente da que já conhecemos:

Esqueça de Mossoró,  
Por favor, você não vá  
A gente vê o perigo  
Daquelas bandas de lá,  
Pelos semblantes das almas,  
Que vêm correndo pra cá.

Lampião responde: - Vou,  
Amanhã eu partirei.  
Eu não vou gastar aqui  
O prêmio que eu ganhei,  
Enquanto Mossoró zomba  
Da carreira qu’eu levei.

E assim se dá um novo combate entre Lampião e Mossoró. E nem mesmo nessa nova chance Lampião consegue obter vingança. Mais uma vez Mossoró sai vitoriosa e deixa maculada a fama de um herói popular. De acordo com a tradição oral, o que se vê, é que um

único episódio tem gerado um número diverso de versões. O ocorrido se deu há quase um século e novos episódios continuam sendo recriados, por variação, adição, inovação. É o que se notabiliza no cordel de Antônio Francisco.

No cordel “O ataque de Mossoró ao bando de Lampião” é possível perceber uma série de modificações no contexto da história, a começar pelo título, pois neste caso não é o bando de Lampião que faz o ataque e sim a cidade de Mossoró. A história se passa no inferno onde acontece um festival com intuito de premiar os que cantam melhor. Lampião apresenta seus dotes artísticos cantando mulher rendeira, obtém bom desempenho e ganha assim um passe para viajar para qualquer parte do inferno, mas prefere ir a Mossoró, de onde é novamente expulso.

E foi Lula<sup>3</sup> quem me disse,  
Que tinha achado um caderno,  
Que tinha a data marcada,  
Muito antes do inverno  
Sobre um evento que houve  
Em um dos palcos do inferno.

Um evento musical  
Chamado, Canta vem-vem  
Que busca prestigiar  
Os valores que eles têm,  
Dando prêmios e mais prêmios,  
Pras almas que cantam bem.

Lampião foi o primeiro  
Cantando “Mulher Rendeira”,  
O segundo, Cão sem dedo,  
O inventor da soqueira,  
Que ganhou cantando a música:  
Bagaço de fim de feira.

A Lampião eles deram  
Um passe pra viajar,  
Por todo canto do inferno,  
Mas se quisesse arriscar,  
Podia vir pro Nordeste,  
Tomar cachaça e brincar.

Na disputa contra a cidade de Mossoró, Lampião não conseguiu vencer sua condição de oprimido:

Quando o dia ia morrendo,  
Todo coberto de pó,  
Passou lá no Jucuri,

---

<sup>3</sup> Aqui o poeta refere-se a um contador de “causos” que haveria lhe repassado essa história.

E disse a Zé Mororó,  
Que estava muito enjoado,  
Aborrecido e cansado,  
De correr de Mossoró.

Antônio Francisco (s/d) faz Lampião retornar do inferno para a cidade de Mossoró, onde encontra uma realidade calamitosa, peões da Petrobrás, meninos de rua, desrespeito no trânsito, carnaval fora de época, cordão de isolamento, uma banda da Bahia cantando “Che bom bom bom”, discriminação e violência racial, poluição e destruição do rio Mossoró, e tamanha violência, a ponto de o próprio Virgulino ser assaltado. De fato, os problemas apontados pelo poeta estão presentes no cotidiano da cidade, os dados estatísticos e as pesquisas antropológicas têm confirmado o crescente índice de violência em Mossoró e do número de acidentes no trânsito.

De acordo as fontes de folhetos e baladas Erick Hobsbawn (1976) afirma que Lampião pode ser considerado um herói bandido, o mesmo tipo que teria em Robin Hood um paradigma internacional. Segundo o historiador, o banditismo social emerge de realidades históricas que enfrentam problemas de pauperismo e crise econômica, mas também na literatura, como símbolo contra forças opressoras. De modo geral, o banditismo social corresponde aos dramas vividos por sociedades camponesas ou semi rurais. Assim o autor descreve a sua compreensão sobre esses heróis bandidos:

“(...) são proscritos rurais, encarados como criminosos, pelo senhor e pelo Estado, mas que continuam a fazer parte da sociedade camponesa e são considerados por sua gente como heróis e como campeões, vingadores, paladinos da justiça, talvez até como líderes da libertação (...)” (HOBBSAWN, 1976, p.11)

De fato, o contexto histórico em que surge o cangaço, e de forma eminente o cangaceiro Lampião, resultou das tensões econômicas e políticas que marcaram a ruptura entre o nordeste agrícola tradicional e a nova ordem capitalista (CHANDLER, 1980). Porém, as concepções de Hobsbawn (1976) sobre o bandido social não são apenas reflexos da realidade, não se baseiam exclusivamente em atos verídicos, mas principalmente nas concepções populares através de cantadores e contadores de histórias que deixam em seus poemas “causos” que servirão para as gerações futuras. Outrossim, podemos considerar esse herói como mito e realidade ao mesmo tempo.

Apesar de herói, Lampião não era um herói bom. Seus atos atrozés causavam terror pelos sertões. No entanto, há uma necessidade de que ele seja constantemente lembrado. Erick Hobsbawn (1976) afirma que essa necessidade advém de certo ato de protesto, por meio do qual os fracos e pobres provam que podem ser terríveis e que recusam a dobrar a cerviz diante de uma realidade de opressão.

É bem verdade que Lampião é lembrado por seus atos terríveis. Mas atualmente há uma tendência de serem esquecidos os horrores que acompanharam sua carreira enquanto bandido social. E não faltam as boas descrições sobre sua personalidade, de ser um homem de fé, devoto do Padre Cícero, um homem de palavra, que calculadamente sempre cumpriu o seu prometido. Porém, o dado que revela a força social que promove Lampião como rebelde, um bandido com consciência social, é bastante revelador no contexto da nossa pesquisa.

## **O teatro: Uma chuva de símbolos**

Para além da análise dos cordéis acima descritos, buscamos entender como o domínio do simbólico, presente no espetáculo teatral *Chuva de Bala no país de Mossoró*, apresenta-se no imaginário local como forma de imaginação política. A partir de análises da mitologia comparada e da forma como foi construído o texto do espetáculo, buscamos encontrar semelhanças entre mitos de diferentes culturas, a fim de esclarecer toda a simbologia do mito e o seu papel de sustentação e comoção perante a sociedade, como também seu papel de dominação efetiva, que graças a uma estrutura complexa do imaginário e ao tecido simbólico do mito, pode intervir de diversas formas na vida da população.

Para isso, partimos de hipóteses que consideram a narrativa presente no espetáculo teatral, uma forma de legitimação que busca justificar e validar o sistema político local, com o intuito de introduzir valores e modelar as condutas individuais e coletivas. Relacionamos o material bibliográfico ligado ao tema estudado com os recursos adquiridos a partir de filmagens, gravações de áudio e imagens capturadas durante o espetáculo encenado no ano de 2018, além de contar com o texto original da peça, fornecido pela Secretaria da Cultura da cidade de Mossoró. Após estudos e análises detalhadas de todo o material foi possível perceber a semelhança entre a jornada do herói mitológico e a vida diária dos cidadãos dessa cidade. A partir dessa pesquisa, constatamos que este mito é muito importante não apenas para a história da cidade, como também, para compor a história de seus cidadãos.

O espetáculo encenado todos os anos no período das festas juninas, tem como principal objetivo fazer a população mossoroense recordar sua história de resistência diante de Lampião e seu bando, a fim de exaltar o orgulho local e estabelecer os parâmetros para a territorialidade de “um país”, o País de Mossoró, um lugar com regras próprias que submeteu até Lampião ao seu domínio.

Segundo Gilbert Durand o mito é “um sistema dinâmico de símbolos, de arquétipos e de esquemas, sistema dinâmico que, sob o impulso de um esquema, tende a se compor em narrativa” (DURAND, 2002, p.45), porém esta definição não esclarece seu verdadeiro significado social. De acordo com Mircea Eliade, o mito é “uma narrativa exemplar” que integra elementos fundadores como divindades, atributos numênicos, arquétipos e que percebe e determina, ao mesmo tempo, a organização do mundo e do lugar do homem no mundo. Esta narrativa não é somente unívoca narrativa etiológica, mas tem vontade de ser multívoca, o que lhe dá seu aspecto “metalinguístico” e redundante, termo último utilizado por Claude Lévi-Strauss (2008). É necessário reconhecer que graças a ele, devemos restituir ao estruturalismo o que há de mais fecundo na sua exploração do mito. De fato, será ele quem apontará a qualidade essencial do *sermo mythicus*, isto é, da redundância. Como o mito não é nem um discurso para demonstrar nem uma narrativa para mostrar, deve servir-se das instâncias de persuasão indicadas pelas variações simbólicas sobre um tema.

Desse modo, podemos aplicar o pensamento de Durand ao espetáculo para tentarmos encontrar seus elementos simbólicos. Conforme observação de campo, no início do espetáculo entra um grupo de atores fantasiados com guarda-chuvas fazendo encenações, do meio do grupo sai uma atriz cantando, dando início a apresentação.

1ª Música:

Um olhar dela e rasgam-se as pupilas da história, num sacolejo e abrem-se as comportas da vitória para passagem de nossos heróis, para passagem de nossos heróis. Um borbotão de heróis silenciados, que por si calados habitantes do passado, mas presentes em nós, mas presentes em nós (2x)

No fim do primeiro musical, quando o grupo de atores está saindo de cena, surgem do meio deles três palhaços que irão “narrar” a história da invasão. Assim, percebemos vários elementos repetitivos, já na introdução do espetáculo, a presença da música transforma o ato em rito e conclama os heróis, presentes na maior parte dos mitos, bem como a passagem da história como apelo de veracidade para personagens transfigurados.

No caso do espetáculo Chuva de Bala no país de Mossoró, a partir de uma análise

demonstrativa, é possível afirmar que o mito está presente, pois ele é fruto de uma construção arquetípica coletiva, onde não apenas os personagens heróicos daquela época são lembrados, como também a própria população atual, pois esta possui uma função muito importante que é transmitir para as novas gerações toda a história de sua cidade, sempre lembrando que apesar desses heróis não estarem mais vivos estarão sempre “presente em nós”, como é sempre repetido em algumas canções durante a apresentação. O que existe dentro do mito é uma relação entre a estrutura heróica e a música, onde estas se assemelham a partir dos conjuntos de esquemas, de arquétipos, de imagens e de agrupamento de imagens.

De acordo com a simbiose presente no mito, percebemos que a utilização da palavra heróis diz respeito, aqui, não apenas aos personagens marcantes deste evento histórico, como o prefeito Rodolfo Fernandes e Lampião, mas a quem estes representam. Por exemplo, no caso do prefeito, ele representa os cidadãos em ascensão da cidade, como homem que não permitia ser desmoralizado por ninguém, e assim, pretendia representar toda a cidade, onde, afinal, ele era o prefeito e necessitava do apoio da população para enfrentar a ameaça contra este crescimento econômico. Já Lampião, como um “cabra da peste”, não podia recusar um desafio, pois tinha um nome a zelar, um povo para defender sua honra e sobrevivência, seja qual fossem os meios, ele e seu bando de cangaceiros também eram exemplos para os nordestinos que compunham a outra face da história, homens sem nenhuma promessa de ascensão.

No caso do espetáculo Chuva de Bala no país de Mossoró, logo na primeira música, se relembra não apenas a luta dos heróis da resistência, mas a forma como estes lutaram para garantir um futuro melhor para a geração que ainda viria. A música lembra que a geração futura também pode ser definida como “heróis da resistência”, pois são descendentes daqueles que lutaram contra Lampião e a favor de uma cidade vitoriosa e, dessa forma, os induz a não se acomodarem, nos dias atuais, por dias menos violentos e pela liberdade que seus antepassados conquistaram.

A segunda música, cantada pelos heróis da resistência, relata as virtudes da cidade, cantadas como a terra do sal, “guardiã da liberdade” e terra vitoriosa por ter enfrentado o bando de Lampião. Demonstrando que antes de tal confronto a cidade não apresentava nenhuma dificuldade que precisasse ser transposta e a elevasse a outro patamar. Este é o mito de origem, a grande dificuldade. Essa parte da história diz respeito, atualmente, aos

obstáculos que surgem no caminho e que precisam ser superados, é a jornada diária que a população enfrenta para se alcançar a recompensa.

2ª Música

Refúgio em pedra viva / Castelo erguido em sal / História  
altiva de orgulho frente ao mal / Guardiã da liberdade  
Teu nome é Mossoró!.

Já a terceira música mostra o incentivo, por parte da população, ao prefeito diante do surgimento deste desafio, onde seus cidadãos declaram com confiança a luta pela liberdade de outrora, pois contam com o apoio da igreja e da padroeira. Embora nem todos os indivíduos acreditem em auxílios mágicos, estes surgem de formas variadas, e nessa jornada toda ajuda é bem vinda, atualmente até um sábio conselho pode ser considerado uma ajuda.

3ª Música

Arrocha Prefeito. Agora a coisa vai.  
Quero ver esse cego maluco dominar a terra de Santa Luzia.

Já na quarta música, cantada por Lampião e seus cangaceiros, é revelada a crueldade das ações desse bando, mostrando que não se importava com nada e com ninguém e que, segundo eles, não havia nada que os impedissem, pois eles faziam o que bem quisessem.

A virtude desses heróis era transformar algo que parecesse impossível de se realizar em algo possível. É o que de fato ocorre com o herói em sua jornada, quando se há foco, não existe ninguém quem o impeça, essa é uma das lições que se pode tirar desse herói, perseverança.

4ª Música

Alguém pra bater em mim  
Não nasceu nem nascerá

Se nasceu não se criou  
Se se criou levou fim  
Alguém pra bater em mim Neste terreiro não há  
Com a benção de meu Padim  
Eu já fiz bala chover, estrela correr, o tempo parar, matei por matar, só pra ver  
morrer,  
E fazer sol quente esfriar!" (2x)

Na quinta música é iniciada uma espécie de batalha musical, cantada de início pelo prefeito da época e os cidadãos, seguido de palavras desafiadoras de Lampião e seu bando.



Enquanto o prefeito fala que a cidade não vai se submeter aos cangaceiros, pois ela está unida e pronta para lutar contando com o apoio da padroeira da cidade, Lampião reclama da astúcia do oponente em subestimá-lo ao mesmo tempo em que o ameaça dizendo que não vai ter piedade com a cidade que tanto preza. Uma interpretação embasada na definição do mito de origem e na trajetória do herói.

#### 5ª Música

PREFEITO: Já me decidi. Vamos enfrentar! Vamos nos unir, na luta! Essa corja aqui, não vai por os pés, nem ferir o nosso orgulho.

TODOS: Nossa história, honraremos. Nossa Santa, há de olhar, por nós!

PREFEITO: E ao nos libertar, essa liberdade há de iluminar para sempre Mossoró!

LAMPIÃO: Coronel, considero que pedi muito pouco. Se contar que Mossoró vai ficar nessa paz que o senhor ajuda a manter... Coronel, eu não sei o que é que deu em você. Desfeitear um cabra assim como eu, que usa a força como quer!

BANDO: Virgulino Lampião!!!

LAMPIÃO: Me permita, mas eu devo insistir, me permita. Ninguém vai fazer de mim um pateta. Se a cidade acha que vai me deter é melhor se segurar.

Porquê a bala vai troar e você nem vai sentir, quando o furacão passar por você e arrasar! DUETO: (repete tudo).

Além das imagens e dos textos recortados, devemos lembrar que o espetáculo traz muito jogo de luz, de som, de imagens em movimento, tiros, melodias, textos cantados, textos falados. Tudo isso oferece uma estrutura simbólica completa de elementos mitológicos que comove a cidade. A partir de todos esses elementos, podemos perceber que o espetáculo foi feito para emocionar, assim como o mito, ambos falam pela linguagem da emoção, da simbiose, dizem respeito aos nossos temores e a esperança de encontrar respostas. Assim como o mito, o espetáculo tenta preencher as brechas deixadas pela razão e pela interrogação presente no dia a dia dos mossoroenses.

De acordo com Backzo, “a mitologia que nasce a partir de determinado acontecimento sobreleva em importância o próprio acontecimento” (BACZKO, 1985, p. 296). É o que ocorre nesse espetáculo, o mito dos heróis passou a ganhar mais ênfase do que a própria história da cidade, daí quando a história é encenada e “vívda de modo nostálgico”, cresce ainda mais o simbolismo presente no mito, maior do que o valor histórico que a apresentação carrega.

Dessa forma, o conjunto desses instrumentos simbólicos presentes no espetáculo funciona para instigar o sentimento de nostalgia, fazendo com que os seus espectadores, “revivam”, como diz Mircea Eliade, a época primordial da invasão de Lampião a esta cidade,

trazendo consigo todos os efeitos fictícios possíveis que contribuem para tornar esta apresentação o mais aproximado do imaginário, instigando a recriar o real com toda sua carga inaceitável.

## Notícias de um povo bravo

Uma parte fundamental em nossa pesquisa foi a coleta de dados nos jornais impressos e de circulação diária na cidade em busca de matérias sobre o espetáculo Chuva de Balas no País de Mossoró, ou que mencionassem Lampião. Primeiro visitamos o acervo do jornal Gazeta do Oeste, localizado em sua antiga sede, local de seu acervo. Fizemos um recorte temporal de dez anos, contemplando de 1987 a 1997 e priorizamos os meses de maio a julho por sua proximidade com o acontecimento do espetáculo. As notícias que julgamos relevantes foram fotografadas para posteriormente receberem uma análise mais aprofundada. O mesmo procedimento foi feito no museu Lauro da Escóssia, onde se encontra o acervo do jornal O Mossoroense.

Segundo Martinez (2008) a gênese dos processos de comunicação – especialmente do jornalismo – passa por uma apropriação da oralidade ou de textos existentes oriundos das memórias mais corriqueiras, das míticas e dos mitos criados em um âmbito popular. É importante entender como se constrói as características do imaginário social e como isso pode ser repercutido pelas diferentes narrativas. Assim, é perceptível a influência dos mitos na cultura, nos costumes e nas tradições orais de uma coletividade. O que iremos descortinar é o reflexo do mito da invasão de Lampião na imprensa, e mais como a imprensa se apropria dos mitos presentes no Imaginário Social local e como essa apropriação está presente nos jogos políticos.

A apropriação sobre o mito feita pela imprensa, em favor de determinado grupo político, pode vir de formas mais explícita, tal quando se enaltece a bravura das pessoas da terra, e posteriormente enfatiza-se a territorialidade de determinado político atribuindo-lhe uma intrepidez ancestral. Entretanto é possível fazer uso do mito de formas mais sutis. A seguir um trecho retirado do jornal Gazeta do Oeste de junho de 1995, que fala sobre uma visita de José Agripino, um importante político no Estado:

O Senador chegará à cidade num instante em que seu grupo político apresenta-se esfacelado. Fiéis escudeiros do agripinismo debandaram-se para o esquema situacionista, hoje liderado no

Estado pelo governador Garibaldi Filho. (Gazeta do Oeste, 15 de Junho de 1995).

Os termos utilizados na citação acima são similares a termos usados em outras reportagens referentes ao cangaço, por exemplo; “grupo político” como “grupo de cangaceiros”, “fies escudeiros do agripinismo” como “fies escudeiros do cangaço” que “debandearam-se”, como ocorreu com o bando de Lampião. Nota-se que aqui “agripinismo” é utilizado como um sistema, assim facilmente se assemelha ao sistema cangaço que denomina o modo de viver de um grupo.

Segundo Gilbert Durand (1996, p.246) “o mito repete e repete-se para impregnar, isto é, persuadir.” Sendo assim, podemos entender porque a cada ano renovam-se as histórias sobre Lampião e seu bando, e a importância de apresentar o corajoso prefeito Rodolfo Fernandes que liderou a defesa à cidade de Mossoró.

Baczko (1985), afirma que todo esse conjunto de instrumentos é fruto da associação entre a imaginação e a política, o imaginário e o social, onde “estas associações e os problemas que elas traduzem têm feito uma carreira rápida e brilhante, quer nos discursos políticos e ideológicos, quer nos das ciências humanas”. (BACZKO, 1985, p. 291). Os meios de comunicação de massa, por sua vez, contribuem de maneira particular para a inflação destes termos, pois

não param de repetir que é preciso imaginação social para controlar o futuro, para enfrentar problemas e conflitos inéditos, para se adaptar ao ‘choque do futuro’, etc. Os atores políticos, em especial os ‘chefes’, são julgados não só pelas suas competências, mas também pela imaginação. (BACZKO, 1985, p. 296).

É possível perceber relação de mitos populares com as mídias na publicação do mês de junho do Jornal O Mossoroense, do ano de 1990. A peça publicitária foi feita pela Câmara dos Vereadores de Mossoró, que possui o nome do antigo prefeito da cidade, um dos protagonistas do confronto entre o bando de Lampião e a população de Mossoró. A Câmara Municipal Rodolfo Fernandes demonstra o interesse simbólico em possuir o nome de uma das figuras mais icônicas na cultura de Mossoró, assemelhando-se ao que Matinez (2008) compreende como uma tentativa de usar a memória e converter o que deveria ser um acontecimento passageiro em um símbolo eterno, ou se apropriar de algo que já está na memória de forma mais permanente, cristalizá-lo e/ou promover-se usando essa mítica.

“Nossa casa, para honra nossa, tem o seu nome. Nossas tradições se coadunam com a sua vida. Vida de trabalho, honestidade, coragem e bravura na defesa dos interesses da terra

comum.” (O Mossoroense, 15 de junho de 1990). Observando o fragmento da peça publicitária, podemos perceber uma semelhança com o que Baczko (1985) afirma que quando se pretende ter um domínio do poder político, é preciso saber as nuances do imaginário e seus impactos dentro de uma coletividade:

O exercício do poder, sobretudo do poder político, passa, pelo imaginário coletivo. Exercer um poder simbólico não é, de forma alguma, acrescentar um caráter ilusório a um poder “real”, mas desdobrar e reforçar uma dominação efetiva pela apropriação dos símbolos, pela conjugação das relações de sentido e de potência. (Baczko, 1985, p.10)

É perceptível o uso dos símbolos e das potências, pois, quando é dito que ambos possuem o mesmo nome e que as tradições se coadunam com a vida da figura pública, há um uso da imagem social do ex-prefeito Rodolfo Fernandes, com a intenção de que os atributos ditos a ele possam ser transferidos aos políticos da Câmara Municipal.

“O prefeito Rodolfo Fernandes disse não a Lampião e edificou a defesa da cidade. Resistiu, lutou e venceu. A câmara municipal de Mossoró dizendo não a estagnação, condenando a inoperância, a ineficácia diz sim ao progresso, ao desenvolvimento.” (Gazeta do Oeste, 20 de junho de 1992). Nesse outro trecho, a nota de imprensa novamente se apropria da figura mítica do ex-prefeito, só que dessa vez são seus feitos, sejam eles mínimos ou não, estão marcados dentro da história (oral e escrita) de Mossoró, e quando comparado à postura dos vereadores da Câmara, simbolicamente há uma associação de Rodolfo aos Vereadores. Há um interesse da Câmara criar uma relação com o ex-prefeito de Mossoró, pois segundo Matinez (2008) o mito está muito mais próximo do “homem comum” do que de uma dita “nobreza”, e os vereadores se beneficiam muito dessa conexão com o popular.

Essa busca do estreitamento entre o leitor (o homem comum) com os acontecimentos se dá através do trabalho da imprensa, dentre as formas de narrativa, as mídias possuem uma enorme semelhança com a oralidade. No texto O Voto e a Resistência, publicado em 20 de junho de 1992 no Jornal Gazeta do Oeste, o advogado e jornalista Elder Heronildes reforça – e busca essa afinidade com os moradores da cidade – mostrando todas as conquistas do povo mossoroense, que inclui o motim das mulheres, o primeiro voto feminino, a libertação dos escravos, e por fim o autor aponta que o principal deles é a resistência ao bando de Lampião.

Em seu texto, Elder fala sobre toda a força do povo de Mossoró que não tem medo e enfrenta com bravura as adversidades e as dificuldades. O autor exacerba características não só das pessoas, mas cria uma mítica em torno da própria cidade, de sua força quase como um

ser, com personalidade própria. “Perpetuando-a não só como uma cidade carregada de pioneirismo, mas de arraigado e profundo sentimento de heroísmo, civilismo, amor e liberdade” (Gazeta do Oeste, 20 de junho de 1992). No trecho, fica claro a força mítica que a imprensa apresenta da cidade Mossoró, tentando torná-la especial em relação as outras cidades.

Em nota no jornal O Mossoroense, em 6 de junho de 1991, do jornalista Emery Costa fala sobre os acontecimentos de 1927. Nesse texto, o autor comenta a possível falta de veracidade nos fatos pertencentes ao imaginário da cidade de Mossoró. O fato é que existe uma força que os acontecimentos envolvendo Lampião possuem dentro da cultura mossoroense, pois a todo momento a mesma se apropria para, de algum modo, tirar vantagens do “mito”, ou renega-lo. Emery Costa afirma o feito como “Coisa que se deu há pouco mais de meio século, mas uma história até hoje muito mal contada, ou contada pela metade”. (O Mossoroense, 6 de junho de 1991). O autor de modo simples e breve tenta desconstruir a lenda popular estabelecida pela recontagem constante dessa história.

É possível entender o porquê da desvalorização dos acontecimentos, pois, também foi publicado na mesma coluna um texto que critica a prefeita da época, que preferiu desenvolver uma festa junina de maiores proporções ao invés da organização do carnaval. Apesar de haver laços familiares, os proprietários do Jornal O Mossoroense são adversários políticos de Rosalba Ciarlini (prefeita na ocasião) e criticam sua opção pelas festas juninas em Mossoró seguindo os modelos de cidades como Caruaru-PE e Campina Grande-PB.

As festas juninas de Mossoró que na época eram de proporções mais reduzidas e restritas, foram transformadas pela prefeita em um dos maiores eventos, por isso que o título do texto usa a palavra “autopromoção”, porque quando a prefeita decide realizar as festas juninas e associá-la ao aniversário da resistência ao bando de lampião, e toda a temática da festa nordestina.

Por isso que o mesmo jornalista que critica a falta de fatos no acontecimento de 1927, fala sobre os novos projetos da prefeita, aparentemente, uma tentativa de desvalorizar o acontecimento que supostamente será usado de forma simbólica para a “autopromoção” do governo municipal, além dos discursos associarem a imagem de Rosalba a dos combatentes contra Lampião. Gilbert Durand (1996) em seu texto Passo a Passo Mitocrítico diz que as relações com mito nem sempre estão à mostra de uma maneira mais evidente, o poder do mito às vezes está latente, e associação com o mesmo pode ser de maneira inconsciente.

## Considerações finais

Já se passaram mais de 80 anos desde o acontecimento e o mesmo continua sendo lembrado, não somente pela população, mas recontado anualmente na maior festa comemorativa da cidade, que é um espetáculo teatral em espaço aberto Chuva de bala no país de Mossoró que compõe a programação do Mossoró Cidade Junina; está constantemente presente em um espaço memorial que celebra a resistência ao bando de Lampião; nas propagandas turísticas, nas escolas e, graciosamente, na literatura de cordel. No entanto, os resultados da nossa pesquisa apontam que o nome de Lampião se prestou para tornar ouvida uma denúncia, uma revolta popular.

Através da materialidade dos folhetos de cordel, aquilo que era dito passou a ser registrado, mantendo-se gravado por meio da escrita. O cordel passando de mão em mão, se revela com a principal característica presente na voz, a de perpetuar-se. Com o passar dos anos e a perda das reais personagens – pessoas que por terem vivido os fatos, contavam sua versão dos acontecimentos –, inúmeros elementos fictícios são agregados, mitificando as histórias. Este é também um meio para que algumas críticas e questionamentos sejam feitos, permitindo que o leitor, tomando conhecimento de diferentes versões, tire suas próprias conclusões.

Relacionando o estudo dos mitos de origens e dessa narrativa mítica presente no espetáculo, este nos revela que o evento histórico ocorrido há 80 anos acabou por fundar uma nova Mossoró, que deixa de pertencer e de existir apenas no imaginário coletivo local para se tornar uma história cultural, onde seus arquétipos se ligam não apenas a sua própria história, mas aos arquétipos universais, e com isso, trazendo reconhecimento para a cidade. Dessa forma, pode-se observar que existe duas Mossorós, sendo uma: pacata, com cidadãos comuns e sem reconhecimento, e outra: valente, com cidadãos persistentes, considerada por muitos um refúgio e reconhecida por sua bravura.

A ideia que fica é de que lampião foi um herói que lutou bravamente por justiça social. Percebemos que esta versão de defesa do cangaceiro, também contribui para sustentar o mito. Joseph Campbell (1990) formula que quanto mais forte for o bandido, mais importância terá o feito do herói que lhe vencer, dessa forma fica evidente a importância de reavivar na memória da população o quanto Lampião e seu bando eram perigosos, pois só assim as

gerações atuais podem entender o valor desta vitória e a bravura de seus antepassados que também deve ser importada como sua.

A passagem do bando de Lampião em Mossoró nunca foi esquecida, e embora existam versões distintas sobre como os fatos realmente aconteceram, na imprensa local fica evidente o enaltecimento à cidade, e o lembrete de que Mossoró é terra de pessoas que resistem a qualquer sacrifício. O mérito de ser mossoroense é lembrado a cada ano nas notícias que se repetem quando aproxima-se a data do acontecimento. Nessa época do ano, tornam-se comuns nos jornais referências à narrativa mítica, que podem ser utilizadas em propagandas corriqueiras, reportagens sobre crimes e, principalmente, em notícias políticas, de maneira que meche com o inconsciente da população, podendo influenciar em suas opiniões.

Utilizando reportagens da imprensa local, específicas sobre a temática, buscamos apresentar argumentos para a compreensão da importância de um mito na vida pública e de que forma este pode ser utilizado em favor do jogo político. Na análise de matérias foi possível perceber a ligação que se faz entre os acontecimentos do passado e a atualidade, em alguns momentos sutilezas como palavras e terminologias em comum afloram sensações que são convenientemente empregadas por quem tem o poder do texto. Um mito é de certo um poderoso meio para manipulação do inconsciente coletivo, neste trabalho trazemos argumentos para confirmar que sua força continua presente na cidade de Mossoró.

## Referências

ALVES, R. M. Literatura de cordel: por que e para que trabalhar em sala de aula. **Revista Fórum Identidades**, Ano 2, Volume 4 – p. 103-109 – jul-dez de 2008.

BACHELARD, G. **A Psicanálise do Fogo**. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

BACZKO, B. A Imaginação Social. In: Leach, Edmund et Alii. **Anthropos-Homem**. Lisboa, Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1985.

BULFINCH, T. **O Livro da Mitologia**. Histórias de Deuses e Heróis. 5ª ed. São Paulo: Martin Claret, 2006.

CASTORIADIS, C. **A Instituição Imaginária da Sociedade**. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1986.

CAMPBELL, J. **O Poder do Mito**. São Paulo: Palas Athena, 1990.

CAMPBELL, J. **Mito e Transformação**. São Paulo: Agora, 2008.

CHANDLER, Billy Jaymes. **Lampião**. O rei dos cangaceiros. 4ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

CHARTIER, Roger. **A história cultural**: entre práticas e representações. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990.

DURAND, Gilbert. **A Imaginação Simbólica**. São Paulo: Cultrix, 1982.

DURAND, Gilbert. **As Estruturas Antropológicas do Imaginário: Introdução à Arquetipologia Geral**. Lisboa: Editorial Presença, 1989.

DURAND, Gilbert. **Ciência do Homem e Tradição**. O Novo Espírito Antropológico. São Paulo: Triom, 2008.

DURAND, Gilbert. **O Imaginário**: Ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. 5ª ed. Rio de Janeiro: NIFEL, 2011.

DURKHEIM, Émile. **As formas elementares da vida religiosa**. São Paulo, Paulinas, 1989.

ELIADE, Mircea. **Mito e Realidade**. 6ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2002

FACÓ, Rui. **Cangaceiros e Fanáticos**. Gênese e lutas. 8ª ed. Rio de Janeiro, Bertand Brasil, 1988.

FEIJÓ, Martim Cezar. **O que é o Herói**. São Paulo: brasiliense, 1980 (coleção primeiros passos).

FELIPE J. L. A. A reinvenção do lugar: os Rosado e o país de Mossoró. In: ROSADO C.A.S. & MAIA,

I. A. R. (org.) **Os Rosado em Tese**. Natal: Normalize/SerGraf, 2001.p. 125-189.

FERREIRA JÚNIOR, J. **A Apropriação da Memória Lampiônica como Elemento de Construção da Identidade de Serra Talhada –PE**. Dissertação apresentada ao programa de Pós a em Ciências Sociais - PPGCS. Campina Grande, Fev/2010.

FONSECA, A. S. de S. Tempo, Memória e Cidade. In: ROSADO C.A.S. & MAIA, I. A. R. (orgs.) **Os Rosado em Tese**. Natal: Normalize/SerGraf, 2001.p.p. 213-222.

HALL, Stuart. **Da Diáspora**. Identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2006.

HOBBSBAWN, E. **Bandidos**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Forense. 1976.

LE GOFF, Jacques. **Heróis e Maravilhas da Idade Média**. Petrópolis:Vozes,2009.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **O Suplício do Papai Noel**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.



MAFFESOLI, M. O imaginário é uma realidade. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 15, ago. 2001.

MARTINEZ, M. **Jornada do Herói**: a estrutura narrativa mítica na construção de histórias de vida em jornalismo. São Paulo: ANNABLUME editora, 2008.

MACHADO, L. T. **O Herói, O Mito e a Epopéia**. São Paulo: Alba, 1962.

MELO, V. **O Ataque de Lampião a Mossoró Através do Romancero Popular**. Natal: Sebo Vermelho, 2007.

MORIN, Edgard. **Amor Poesia Sabedoria**. 9ª ed. Rio de Janeiro, Bertand Brasil, 2010.

MORIN, Edgard. O Pensamento Duplo (mito-logos). In: **O método 3**. O conhecimento do conhecimento. 4ed. Porto Alegre: Sulina, 2012.

PAIVA NETO, F. F. de. Liturgias Políticas do “País de Mossoró”. In: ROSADO C.A.S. & MAIA, I. A. R. (orgs.) **Os Rosado em Tese**. Natal: Normalize/SerGraf, 2001.p. 125-189.

ZAIDAN FILHO, Michel. **O fim do Nordeste & Outros Mitos**. 2ª ed. São Paulo: Cortez, 2003. (Coleção questões da nossa época).

SOUZA, K. C. A.; CRUZ, I. I. A.; TAVARES, R. M. **À Procura de um Herói**: a disputa entre Lampião e Mossoró na literatura de cordel. In: ENCONTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS DO NORTE E NORDESTE E PRÉ-ALAS BRASIL, Teresina: Anais, 2012a.

SOUZA, K. C. A.; CRUZ, I. I. A.; TAVARES, R. M. **Os Heróis e Seus Mitos**: A defesa de Lampião e ataque dos mossoroenses na literatura de cordel. Mossoró: Anais do VIII Salão de Iniciação Científica da UERN, 2012b.

ZUMTHOR, Paul. **Introdução à Poesia Oral**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2010.

## Literatura de cordel

AUGUSTO, José. Defesa de Lampião. Mossoró: Editora Cordel, 2009.

FRANCISCO, Antônio. O Ataque de Mossoró ao bando de Lampião. Mossoró: Queima Bucha, s/d. (coleção queima-bucha de cordel).

## O folheto de política na literatura de cordel: a peleja da querela com o esclarecimento na classificação temática

*Alberto Magno Perdigão<sup>1</sup>*

**Submetido em: 21/04/2021**

**Aceito em: 02/06/2021**

### RESUMO

O presente artigo se localiza no campo da folkcomunicação, em um ponto comum da literatura, do jornalismo e da política. Oferece uma proposta de classificação temática para o folheto de política da literatura de cordel, a partir da análise de conteúdo de narrativas poéticas de caráter informativo-opinativo elaboradas sobre fatos e temas da história e do cotidiano, e denominadas “de acontecidos” entre outros termos. Discute dados de uma revisão bibliográfica sobre a diversidade temática da literatura de cordel, com ênfase nos folhetos de política, e questiona querelas que envolvem a efetividade metodológica de diferentes modelos de classificação.

### PALAVRAS-CHAVE

Folkcomunicação; Literatura de cordel; Jornalismo; Política; Classificação temática.

## The politic leaflet in cordel literature: the fight of the quarrel with clarification in thematic classification

### ABSTRACT

This article is located in the field of folkcommunication, in a common point of literature, journalism and politics. It offers a thematic classification proposal for the cordel literature politic leaflet, based on the content analysis of poetic narratives of an informative-opinionated character elaborated on facts and themes of history and daily life, and called “de acontecidos” among other terms. Discusses data from a bibliographic review on the thematic diversity of cordel literature, with an emphasis on political leaflets, and questions quarrels that involve the methodological effectiveness of different classification models.

---

<sup>1</sup> Jornalista, professor, mestre em Políticas Públicas e Sociedade; especialista em Comunicação Social, Publicidade e Propaganda; com aperfeiçoamento em Roteiro para Rádio e televisão. Pesquisa atual em literatura de cordel como mídia informativa em contextos de exclusão comunicacional, com ênfase nos folhetos de política. Correio eletrônico: [aperdigao13@gmail.com](mailto:aperdigao13@gmail.com).

## KEY-WORDS

Folkcommunication; Cordel literature; Journalism; Politics; Thematic classification.

## **El folleto de política en la literatura de cordel: la lucha de la disputa con aclaración en clasificación temática**

### RESUMEN

Este artículo se ubica en el campo de la comunicación popular, en un punto común de la literatura, el periodismo y la política. Ofrece una propuesta de clasificación temática para el folleto de política de literatura cordel, basadas en el análisis de contenido de narrativas poéticas de carácter informativo-opinativo elaboradas sobre hechos y temas de la historia y de la vida cotidiana, denominadas “de acontecidos” entre otros términos. Analiza datos de una revisión bibliográfica sobre la diversidad temática de la literatura cordel, con énfasis en folletos de políticas, y cuestiona disputas que involucran la efectividad metodológica de diferentes modelos de clasificación.

### PALABRAS-CLAVE

Comunicación popular; Literatura de folleto; Periodismo; Política; Clasificación temática.

### Introdução

A diversidade de temas talvez seja a mais inequívoca das características definidoras da literatura de cordel. A pluralidade de assuntos acompanha este tipo de literatura, desde os seus primórdios, como imagem e reflexo do interesse de leitores e ouvintes das poesias. Por consequência, a multiplicidade temática é considerada na ação de poetas, editores, folheteiros ambulantes e comerciantes fixos de folhetos. Desta forma, desperta também a atenção de colecionadores de folhetos, dos mais diletantes aos mais especializados, e tem sido objeto de estudo - ou de citação - dos maiores estudiosos da literatura de cordel.

O presente artigo sai em busca de oferecer uma proposta de classificação temática para o folheto de política. Este tipo de folheto se insere entre os poemas nominados de acontecidos, ou de circunstância, os quais trazem narrativas de caráter informativo, relacionadas a fatos e temas históricos ou do cotidiano. Antes, entretanto, o artigo traz dados de uma revisão bibliográfica que contempla diferentes modelos de classificação temática da literatura de cordel. E analisa, ainda, a validade dessas classificações elaboradas em diferentes

períodos e que, ainda hoje, depois de quase um século de tentativas, seguem relativamente aceitas.

Os modelos, em quantidade, ainda suscitam vários questionamentos em relação à qualidade que oferecem ao leitor mais leigo e ao pesquisador mais rigoroso da folkcomunicação, por não terem alcançado o aprimoramento em questões essenciais que os tornassem não definitivos, que não interessa à ciência, ou por não serem melhores como instrumental de pesquisa. Enquanto não atingem um patamar menos reprovável, seguem as divergências do ponto de vista científico-metodológico e suas “querelas” aparentemente irresolvíveis.

Querela foi o termo usado por Diatahy Bezerra de Menezes, em artigo de 1999 - e que segue atual -, para qualificar as dúvidas “que alimentam infundavelmente as discussões sobre qual tipo de narrativa popular” (p. 280), mais especificamente da classificação da literatura de cordel por ciclos temáticos. Afirma o autor:

Recuso-me, portanto, a aceitar o círculo fechado de tais querelas mais ou menos inúteis e infecundas, buscando introduzir outra perspectiva analítica que, muito embora ainda apenas sugestiva, pretendo que assuma feição nitidamente histórica com o desenvolvimento das pesquisas. Acredito que esse percurso abriria o caminho para uma hermenêutica inovadora e distante da tradicional reprodução da mesmice. (MENEZES, 1999, p. 281).

A seguir, serão abordados, pela ordem, a diversidade temática, os critérios de análise e os métodos de classificação. E, à sequência, será proposto o referido método de classificação temática aplicável ao estudo do folheto de política.

## **Diversidade temática**

“O cordel contém ciência/ Matemática, astrologia/ Noções de física, gramática/ De história e geografia (...)”, afirma o poeta, pesquisador e militante da literatura de cordel como ferramenta didática, Arievaldo Viana (2010, p. 10), no folheto *Acorda Cordel na Sala de Aula*, publicado, em 2005, pela editora Queima-Bucha, de Mossoró (RN). “A história de Getúlio/ Do Padre Cícero Romão/ Do beato Conselheiro/ De Silvino e Lampião/ (...)/ Críticas à corrupção/ Desmantelo e carestia/ Folhetos satirizados/ Os costumes de hoje em dia” (p. 12), segue o poema dedicado à diversidade temática da literatura de cordel.

Mas o olhar atento sobre a referida diversidade é bem mais antigo. Já no início da publicação da literatura de cordel impresso no país, “os temas tratados pelos cordelistas eram os mais variados possíveis (...)” (BRASIL/MINISTÉRIO DA CULTURA, *on-line*). O poeta e folclorista Leonardo Mota propôs de forma pioneira uma classificação pelo critério do tema para os folhetos, em seu livro *Cantadores*, de 1921 (DIEGUES JÚNIOR, s/d), portanto 100 anos atrás, em relação ao ano em que se escreve este artigo.

Nos anos 1960, foi a vez de Gustavo Barroso, Luís da Câmara Cascudo e outros estudiosos oferecerem diferentes classificações, tendo igualmente o tema como critério de análise (CURRAN, 2014). E, em 1973, há quase 50 anos portanto, tocou ao escritor e jornalista Orígenes Lessa fazer o mesmo (BRASIL/MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CULTURA, 1973), tendo, nas décadas seguintes e até hoje, servido como um dos parâmetros para novos estudos classificatórios da diversidade temática da literatura de cordel.

“Extremamente diversificada, como se sabe, é a temática do cordel. Tudo ou quase tudo serve de motivo aos poetas populares para escreverem seus folhetos.” É o que afirma José de Ribamar Lopes (1994, p. 21), para quem a literatura de cordel “guarda copioso manancial de informações históricas” (p. 40). “A literatura de cordel caracteriza-se por sua diversidade temática e torna-se atrativa por conta desta característica. Com isso, torna-se fonte informacional que abarca e percorre diferentes assuntos e áreas do conhecimento (...)”, corroboram Carolina Tenório, Cleito Barbosa e Regiane Assis (*on-line*, p.12).

“Não seria exagero dizer que o folheto é o produto do que quer que lhe passe [ao poeta] pela frente e venha a estar ao alcance da inspiração (...)”, completam os autores (FREIRE, [2002?], p. 9, *apud* TENÓRIO; BARBOSA; ASSIS, *on-line*). É possível ainda reforçar que “os poetas abordam múltiplos temas” (ALBUQUERQUE, 2011, *apud* DIAS; ALBUQUERQUE, *on-line*), “tão farta a messe de folhetos”, como afirma Maynard Araújo (2013, p. 270), ao relatar uma visita ao comércio de Piaçabuçu, em Alagoas.

## **Critérios de análise**

A diversidade faz da temática da literatura de cordel um tipo de literatura com características muito próprias. A principal delas é, possivelmente, a complexidade. O espectro heterogêneo de temas vai das histórias medievais de cavaleiros e donzelas recriadas ou

reeditadas, desde há quase um século e meio, até as notícias, literalmente, do dia, que, nos dias seguintes, caducam e desaparecem das mãos dos poetas, impressores e folheteiros; vai dos temas relacionados a religiões, religiosos, devoções e castigos divinos até as mais diferentes representações e encarnações do diabo, na Terra e no inferno.

No caso dos folhetos de política, objeto deste artigo, a pluralidade de assuntos vai da ciência política, com suas análises sobre democracia, justiça e igualdade; fatos históricos e conflitos armados; pensadores, revolucionários e mártires; bandeiras de gênero e de orientação sexual, de raça e de orientação religiosa até as políticas públicas demandadas pela sociedade e/ou efetivadas pelo Estado. Presidentes como Getúlio Vargas e Lula da Silva, Tancredo Neves, Fernando Collor e Jair Bolsonaro; eleições, candidatos e suas propagandas e promessas, eleitores e suas esperanças e decepções completam o leque.

Ao lado da heterogeneidade, está a dinamicidade temática. Os temas variam com o tempo: surgem, mantêm-se, ganham força, perdem interesse também, e, algumas vezes, desaparecem. O cangaço, que já foi um tema corriqueiro na chamada fase de ouro do cordel, desde antes e mesmo no período pós-Lampião, cedeu lugar a outros tipos de banditismo, urbano e sedentário, traduzido, talvez, pelo narcotráfico e pelas milícias. Antônio Conselheiro e o Padre Cícero talvez tenham sido substituídos por líderes políticos e religiosos do pós-televisão; e Getúlio Vargas, talvez, por Lula da Silva (LESSA, 1973; CRISPINIANO NETO, 2009).

Os temas dos folhetos possivelmente mudam de acordo com o território onde os poemas são escritos. Esta não é uma questão que tenha despertado o interesse dos muitos estudiosos que já propuseram critérios de classificação temática. Mas parece factível aceitar como hipótese que os temas tenham refletido mais a realidade local, antes da diáspora nordestina rumo ao Sudeste, ao Norte e ao Centro-Oeste, antes também da nacionalização dos conteúdos dos jornais e revistas, das emissoras de rádio e de televisão, e, mais recentemente, da popularização do computador fixo ou móvel conectado à internet.

É possível pensar que a literatura de cordel que se estabelece no Recife, no último quartel do século XX, possa ter sido influenciada pelo fluxo contínuo de informação e conhecimento de portugueses, espanhóis, holandeses etc, de diferentes matrizes éticas e religiosas, alfabetizados ou não, que aportaram ou passaram a viver, e a gerar descendentes,

naquela cidade, nos séculos anteriores ao período Colonial. A capital da atividade açucareira e principal porto da região também acolheu as primeiras gráficas do Império.

Os folhetos que se editavam intensamente no Recife nos primeiros anos da República impuseram um modelo de narrativa, de impressão e de distribuição para um Nordeste que se construía como comunidade imaginada (ANDERSON, 2008), mas, certamente, os temas desenvolvidos, a partir de outras cartografias do desejo, de afetos e de sociabilidades distintas, (GUATARRI; ROLNIK, 1996) eram de alguma forma diferentes. Mossoró, como território de resistência ao bando de Lampião, Juazeiro do Norte, como a terra santa do Padre Cícero; o Amazonas e o Acre da exploração do látex da borracha, Brasília da construção da capital, São Paulo da indústria e o Rio de Janeiro para o nordestino trabalhar completam a hipótese.

Corroboram com a intuição da referida dinamicidade espaço-temporal dos temas da literatura de cordel a ocorrência de poemas sob a mesma categoria temática escritos em locais distantes e em épocas diferentes, por poetas e para um público notadamente diversos. Revoluções políticas na América Latina ou heróis nacionais, por exemplo, são temas que narram igualmente a Revolução Mexicana (1910 - 1924) ou Emiliano Zapata (1879 - 1919) e a Revolução Cubana (1953 - 1959) ou Fidel Castro (1926 - 2016), e foram retratados em épocas diferentes no Brasil.

O terceiro aspecto a compor a referida complexidade temática do cordel é a do hibridismo. Os temas arrolados pelos estudiosos, estranhamente, desconsideram por completo o fato de que os assuntos se cruzam sem limites, podendo o folheto ser enquadrado - esse parece ser o problema - não em uma, mas em diferentes categorias de análise. O encontro de Lampião com o Padre Cícero deveria estar, pelo menos em tese, listado em cangaço, Lampião, religião e/ou em Padre Cícero? A derrubada das Torres Gêmeas seria tema da política internacional, do terrorismo, da religião e/ou dos acidentes aéreos?

Há casos em que um mesmo folheto traz dois ou mais poemas, não obrigatoriamente do mesmo tema, e apresenta, na capa, um título referente a um dos poemas compreendido pelo autor ou pelo editor - não pelo leitor - como principal. Ou seja, o hibridismo, mistura ou ambiguidade temática, pode ocorrer no próprio folheto a ser enquadrado em verdadeiras formas de gesso, como a arte, a poesia neste caso específico, não fosse plural e diversa em

seus possíveis temas, ou como se autores e leitores não fossem livre para dar ao poema os mais subjetivos, portanto diferentes, significados.

Além das três características propostas - complexidade, dinamicidade e hibridismo -, os critérios de enquadramento temático da literatura de cordel poderiam considerar, para além de unicamente o tema aparentemente predominante da poesia principal, outros parâmetros, que se apresentam aqui como um exercício de reflexão sobre a validade de utilização de um único critério, o que, talvez, nem seja o mais racional. São parâmetros não excludentes e que já são utilizados para classificar outros sistemas mais ou menos complexos, nas artes e nas ciências humanas, inclusive na literatura.

A literatura de cordel pode ser entendida como outra literatura, em certos aspectos, mas nunca como uma não-literatura. Assim, parece factível, por exemplo, classificar os folhetos, como na literatura elitista ou erudita, de compreensão eurocêntrica, segundo o gênero épico ou narrativo (épico, fábula, epopeia, novela, conto, crônica, ensaio e romance), lírico (elegia, ode, écloga e soneto) ou dramático (auto, comédia, tragédia, tragicomédia e farsa). Ou ainda segundo as escolas brasileiras, cujos períodos coincidem com o cordel impresso (Pré-Modernista, Modernista ou Pós-Modernista).

Outros critérios de análise poderiam ser acolhidos na classificação dos temas, quem sabe de subtemas, de forma a aclarar a diversidade temática da literatura de cordel. É possível intuir que haveria um cordel rural e agrário, que caracterizava a sociedade e a economia predominantemente rurais que perdurou no Brasil, até a primeira metade do século XX; um cordel de um país urbano e industrial, e um terceiro tipo misto ou de transição. De outra forma, poder-se-ia analisar o tema preponderante do folheto baseado na raça e/ou na orientação religiosa, no gênero e/ou na orientação sexual.

Estas são algumas conjecturas, não proposições de critérios para métodos de classificação, que têm o objetivo tão somente de estimular o debate sobre (1) a validade científica dos métodos já propostos e, relativamente consolidados por um senso acomodado, desatento e pouco rigoroso diante dos objetivos a que se propõem; (2) a real utilidade desses métodos; e, (3) como via de consequência, ensejar possíveis descartes ou atualizações, em parte ou no todo, dos referidos métodos. Alguns deles, talvez, pareçam esdrúxulos ao leitor mais leigo, como o soaram a alguns pesquisadores mais exigentes.



## **Métodos de classificação**

A revisão bibliográfica trazida aqui, de caráter exploratório e, portanto, sem o mesmo cuidado quantitativo da pesquisa empírica, identificou 24 diferentes tipos de classificação temática para a literatura de cordel, elaborados em variadas épocas por 17 autores de formação e de atuação as mais diversas - alguns com até quatro modelos de classificação -, e segundo sete distintos critérios de análise do conteúdo - incluídos, entre outros, dois critérios relacionados às formas da poesia e do folheto -, numa verdadeira metáfora da diversidade temática já referida.

São métodos que, por um lado, repetem-se em pequena ou grande parte, e não se somam num todo aceitável; por outro, apresentam lacunas que igualmente dificultam a compreensão. “Nesse terreno, tudo se passa como se, à primeira vista, o estudioso quisesse demonstrar a sua competência rejeitando as tipologias dos demais e construindo a sua própria classificação mediante alguns arranjos e acréscimos”, afirma Diatahy Bezerra de Menezes (1999, p. 281), levantando a primeira de uma série de suspeitas sobre a qualidade dos métodos de classificação propostos.

Classificam o folheto de cordel de acordo com o tema Mário de Andrade (apud Menezes, 1999), Ariano Suassuna (apud SLATER, 1984; MENEZES, 1999), Manuel Cavalcanti Proença (s/d, apud SLATER, 1984); Manuel Diégues Júnior (s/d, apud SLATER, 1984; s/d, apud LOPES, 1994), Carlos Alberto Azevedo (s/d, apud SLATER, 1984), Orígenes Lessa (1973; s/d, apud LOPES, 1994; s/d, apud BRASIL, 1973), Casa de Rui Barbosa (s/d, apud BRASIL, 1973), Alceu Maynard Araújo (2013) e Maria Alice Amorim (2014). O tema é normalmente indicado pelos conteúdos dos versos e/ou confirmado pelo título atribuído ao folheto, orientação que usualmente se repete na avaliação do classificador.

Completam a lista das classificações por tema o espanhol Julio Caro Baroja (apud BRASIL, 1973) e o francês Robert Mandrou (apud DIEGUES JÚNIOR *et al.*, s/d), que refletem uma literatura semelhante quanto à origem e a forma populares, mas que pouco se aproxima dos conteúdos do cordel brasileiro e nordestino. Outros fatores de análise menos frequentes são a temporalidade, apresentada por Orígenes Lessa (s/d, apud SLATER, 1984), por meio do qual o pesquisador divide os temas dos folhetos entre perenes e de interesse imediato; e o

gênero, como indica Ariano Suassuna (s/d, apud SLATER, 1984), para quem o folheto pode ser romance, abecedário, pelejas e canções.

Continuam Liedo Maranhão de Souza (s/d, apud SLATER, 1984), que separa folhetos, de oito páginas, de romances, que são bem mais extensos; Roberto Câmara Benjamin (s/d, apud SLATER, 1984), que adota o critério da função a que serve o folheto (informação, divertimento e crítica social); e Menezes (apud ALBUQUERQUE, 2011, apud DIAS; ALBUQUERQUE, s/d), que os distingue por períodos (em ordem cronológica de mais antigo a mais recente, romances de cavalaria, inserção do herói popular nordestino e folhetos de acontecimentos). Dois pesquisadores, finalmente, fazem o que chamam de síntese de classificações outras, quais sejam Diegues Júnior (s/d) e Ariano Suassuna (apud LOPES, 1994).

Os modelos de classificação temática propostos para a literatura de cordel trazem consigo dois hiatos originais, que dificultam não só compreendê-los, mas, sobretudo, aceitá-los, enquanto modelos de análise, enquanto método científico de observação. Os pesquisadores proponentes não esclarecem o porquê da elaboração dos métodos, seus antecedentes, suas razões de existir ou, mais pragmaticamente, para que servem; tampouco explicam o para quê, ou seja, suas consequências, que utilidade concreta têm os dados obtidos a partir da aplicação das tais metodologias.

Joseph Luyten considera um “absurdo” as tentativas de classificação. Argumenta o autor que “seria a mesma coisa que dividirmos a literatura brasileira em heróica, obscena, de banditismo, religiosidade e temas medievais” (2005, p. 46). Luyten sugere que a classificação temática atinge de forma discriminatória a literatura de cordel e defende que o olhar do pesquisador deve recair sobre o autor do folheto, não sobre o tema abordado na poesia.

Devemos ter em mente que a literatura de cordel é semelhante a qualquer outra literatura, isto é, tem autores. Esses autores podem ter preferências por algum tema, mas, nesse caso, eles, e não a literatura de cordel, é que devem ser estudados de acordo com temas. Existem no Brasil, até institutos que dividem suas coleções de folhetos por temas, e não por autor, o que ao meu ver, é um verdadeiro atentado ao poeta popular. (LUYTEN, 2005, p. 46).

Autores como Ariano Suassuna consideram duas ou três grandes áreas temáticas para a literatura de cordel para, em seguida, compartimentá-las em ciclos, certamente influenciados por estudos mais robustos realizados para caracterizar especificamente as

novelas medievais de cavalaria, os quais apresentam três ciclos fundamentais, quais sejam o bretão (ou arturiano), o carolíngio e o clássico (Menezes, 1999). Na análise que faz sobre a aplicação do modelo de ciclos temáticos à literatura de cordel, Diatahy Bezerra de Menezes condena o arranjo, que considera equivocado, sob o ponto de vista metodológico.

Além do mais, todas as classificações por ciclos temáticos tentadas para o nosso caso jamais chegaram a abarcar seu corpus inteiro, mas apenas o acervo que cada autor logrou coletar ou examinar, não indo em geral além de algumas centenas de folhetos; o que, reconhecamos, é muito pouco face às exigências da tarefa e constitui assim muito mais um viés introduzido pelas preferências do pesquisador. Mesmo se conseguíssemos juntar todas as coleções disponíveis hoje no Brasil, o fundo assim constituído não passaria de uma simples parcela de seu corpus total. Entretanto, não reside nessa dificuldade a questão fundamental. (MENEZES, 1999, p. 285).

O autor segue com a análise, desta vez alertando para o caráter a-histórico do referido modelo de classificação:

Finalmente, atravessa todas essas classificações significativa dose de a-historicidade, já que pressupõem a Narrativa Popular em Verso como corpus acabado e fixo; portanto, sem um desenvolvimento temporal expressivo decorrente de mutações socioculturais abrangentes e de transformações sofridas por seus grupos criadores e consumidores. É bem verdade que alguns de seus temas são mais ou menos trans-históricos e, em certos sentidos, transculturais. Mas é igualmente verdadeiro que eles sofreram, no Nordeste, relevante processo de transformação e adaptação. (MENEZES, 1999, p. 286-287).

Ulpiano Menezes (2019), por seu turno e sem desconsiderar a falha da a-historicidade, propõe a “criatividade linguística” como critério de análise e classificação temática da literatura de cordel. Afirma o autor:

Que ordem vislumbrar? Que padrões identificar para compreender? Tentativas de classificação por ciclos falharam, por não historicizar adequadamente a presença e o comportamento do cordel. Julgo, porém, que esse generoso e simpático caos deva ser lido numa outra ótica: a da criatividade linguística. A noção foi formulada a partir de uma frase de Humboldt, que muito explica dos limites humanos e sua capacidade de superá-los: “a língua faz usos infinitos de meios finitos”. No meu entender, sem minimamente subestimar as forças históricas de contexto – que ainda não foram suficientemente investigadas e sistematizadas – a criatividade linguística é, sem dúvida, um dos atributos de marca da tradição cordelista. (MENEZES, 2019, p. 233).

Novamente com Diatahy Bezerra de Menezes, o autor propõe “uma via de superação desse impasse” classificatório, por meio da formulação de um método que considera “analiticamente mais consistente e empiricamente mais consentânea, de uma caracterização de perfil decididamente histórico”, de forma a entender a noção de ciclo temático “noutra perspectiva bem diversa da adotada até agora” (MENEZES, 1999, p. 287). Este outro modelo considera, em certa medida, as etapas históricas mais relevantes da literatura de cordel, mas também as grandes temáticas que as caracterizam e as definem. Assim, seriam três as categorias ou períodos propostos.

O primeiro período seria o da “recusa da história” (da tradição medieval dos romances de cavalaria, em que figuram com protagonismo, por exemplo, Carlos Magno e de seus pares - cavaleiro e cavalo). O segundo período seria o da “clara aceitação da história (em que o protagonismo passa a ser também do popular sertanejo e nordestino, a exemplo de cangaceiros, coronéis, líderes religiosos etc). E o terceiro período seria o da “história acontecimental do presente” (os temas e fatos do cotidiano narrados de forma alternativa, popular e, em grande medida, contra-hegemônica, em relação à chamada mídia tradicional).

## Folheto de política

A mesma revisão bibliográfica que aponta os modelos de classificação temática da literatura de cordel e seus critérios metodológicos também esclarece sobre os temas mais frequentes dos folhetos. Entre os temas qualificados como principais, estão os temas informativos e, entre estes, está o universo da política. Como grosseira alegoria, pode-se comparar a hierarquia organizativa pretendida deste tipo de literatura com a da biologia, que tem famílias, gêneros e espécies de animais; ou, com a da química, que se organiza por meio de uma tabela periódica constante de grupos e elementos.

Os folhetos informativos formam um grupo específico, ao lado dos folhetos de tradição (também denominados comumente de heróis, de cavalaria, de donzelas) e dos folhetos de pelejas (ou de cantoria) (LOPES, 1994; DIEGUES JÚNIOR *apud*, s/d). Os folhetos informativos são chamados indiscriminadamente de acontecidos, de circunstância, de época, de ocasião ou de notícia. E os livretos da subdivisão política podem ser encontrados mesmo

nas pequenas coleções de folhetos de acontecidos, uma vez abarcam uma variedade de assuntos, que vão muito além da política partidária ou eleitoral, como se verá a seguir.

Orígenes Lessa cita os folhetos do que chama de ciclo circunstancial, “sobre os acontecimentos políticos ou sobre os fatos ocorridos recentemente” (1973, p. 10-11) numa lista ampliada, em relação a Ribamar Lopes e Manuel Diegues Júnior e outros, que incluem outros cinco ciclos: heróico, histórico, maravilhoso, religioso e de moralidade, e de amor e fidelidade. Igualmente, Alceu Maynard Araújo lista os “fatos locais” (2013, p. 270) e outras cinco temáticas: desafios, religião, banditismo, pornografia e literatura e história universais.

“Fatos mais próximos do público, ocorridos em seu ambiente social: façanha de cangaceiros, acontecimentos políticos, catástrofes, milagres e até mesmo a propaganda, com fins religiosos e comerciais” (BRASIL, *on-line*) estão ao lado das aventuras de cavalaria e outra narrativas tradicionais. Maria Alice Amorim, entre 16 temas que arrola, cita os “assuntos e pontos de vista (...) da atuação feminina no mercado de trabalho, das lutas libertárias em favor de minorias, da defesa de novas tecnologias, do debate sobre temas sociais e preservação do meio ambiente” (2019, p. 42).

As duas listas de temas mais extensas são, provavelmente, as de Franklin Maxado, com 24 diferentes categorias, onde estão listados os temas “de fenômenos ou de casos” (2011, p. 65); e de Albuquerque, com 27 classes distintas, entre as quais “agricultura; (...); biografia e personalidades; cidade e vida urbana; (...); cultura; esporte; fenômeno sobrenatural; (...); intempéries; justiça; meio ambiente; (...); morte; (...); político e social; poder; religião; (...); saúde e doença” (2011, *apud* DIAS; ALBUQUERQUE, *on-line*, s/d).

A palavra política e suas variações de gênero e número aparecem explicitamente entre os subtemas do tema ou ciclo de acontecidos, em oito das obras revisitadas na pesquisa. “Política” está em Orígenes Lessa (*apud* LOPES, 1994), Brasil (1973, p. 27-28), Albuquerque (*apud* DIAS; ALBUQUERQUE, *on-line*), Alceu Maynard Araújo (2013, 278-279) e Diegues Júnior (s/d, p. 53). “Fatos políticos” e “acontecimentos políticos” estão em Brasil (1973, p. 27-28), Orígenes Lessa (1973, 10-11), Freire (*apud* TENÓRIO; BARBOSA; ASSIS, *on-line*), Brasil (*on-line*) e Diegues Júnior (s/d, p. 53).

A lista se completa com “eleição” e “campanha eleitoral”, encontradas em Brasil (1973, p. 27-28), Orígenes Lessa Brasil (1973, p. 27-28) e Diegues Júnior (s/d, p. 53). O mesmo

Diegues Júnior amplia o rol com as expressões “luta ideológica” juntamente com Brasil (1973, p. 27-28). Foram anotadas ainda, também em Diegues Júnior, a palavra “revoluções” (s/d, p. 53) e o vocábulo “poder”, em Albuquerque (apud DIAS; ALBUQUERQUE, *on-line*).

Com bastante segurança é possível dizer que a política sempre esteve entre os temas dos folhetos de acontecidos e que estes podem ser encontrados entre as primeiras publicações da literatura de cordel no Brasil. O poeta potiguar natural de Vila de Touros, no Rio Grande do Norte, João Santana de Maria, o Santaninha, escreveu pelo menos dez folhetos de cordel, que foram publicados entre 1873 e 1883 (VIANA; LIMA, 2017), portanto cerca de uma década antes das primeiras impressões do grupo pioneiro da literatura de cordel, formado, entre outros, por Leandro Gomes de Barros, Francisco das Chagas Batista e Silvino Pirauá de Lima (VIANA, 2010).

Santaninha foi um retirante da terrível seca de 1877, que passou a viver na capital do Império, o Rio de Janeiro, onde a modernidade da impressão já havia chegado, 69 anos antes dele, com a família real. De acordo com Arievaldo Viana e Stélio Lima (2017), quatro dos folhetos de autoria de Santaninha foram resgatados. Estes têm como títulos *O Imposto do Vintém, A Guerra do Paraguai, A Seca do Ceará* e o *Célebre Chapéu de Sol*, sendo, portanto, folhetos de acontecidos. Não parece estranho o fato, diante da informação de que poesias-reportagens - embora ainda não chamadas assim - já eram manuscritas e/ou cantadas em feiras e fazendas do Nordeste, antes da disponibilidade de máquinas impressoras, naquele Recife do final do século XIX.

O próprio Leandro Gomes de Barros dedicou parte de sua obra, desde os primeiros folhetos, a fazer uma crônica social, e às vezes veemente, em relação às mudanças introduzidas por uma nova institucionalidade de uma República que impunha mudanças a arraigados costumes e crenças. Era comumente ácido, satírico com normas e autoridades, exatamente como faziam os jornais à época. Mais tarde, dedicou também pelo menos 21 folhetos ao cangaceiro Antônio Silvino (OLIVEIRA, 2015), ao lado de Francisco das Chagas Batista, que também “cobriu” o cangaço.

## **Classificação do folheto de política - clássica ou ampliada**

Apresentar-se-á, a seguir, uma proposta de classificação temática para o folheto de política da literatura de cordel. O modelo foi desenhado a partir da observação do assunto predominante dos poemas e, em caso de ambiguidade surgida de mais de um assunto abordado, o título do folheto serviu como definidor do tema principal. Foi considerada uma amostra de cerca de 500 folhetos adquiridos, entre 2017 e 2021, de poetas-repórteres, de colecionadores e em editoras, feiras, pontos de venda e folheteiros de Fortaleza e Juazeiro do Norte, no Ceará; Recife e Caruaru, em Pernambuco; e Mossoró, no Rio Grande do Norte.

O modelo segue os parâmetros convencionais já conhecidos de classificação, tendo como objetivo analisar a natureza e a extensão da diversidade temática abrangida no folheto de política. É composto de cinco eixos temáticos: ciência política, disputa política, vultos da política, notícia política e políticas públicas. Cada eixo se divide em temas, como em ciência política, que comporta: teoria política, história política e pensadores da política. E cada tema pode, ainda, compartimentar-se em subtemas - como presidentes da República são subtemas do tema presidentes, do eixo vultos da política.

Em ciência política, o primeiro eixo, estão os temas teoria política, história política e pensadores da política. Os folhetos de teoria política tratam de temas relacionados a Estado, poder, democracia e cidadania, contemplando teses das mais clássicas ao pensamento contemporâneo em discussão nas universidades. O que poderia, sem maiores problemas, justificar a divisão deste tema em dois subtemas.

Em história política, estão classificados folhetos que narram episódios de forte conotação política que entraram para a história. Os eventos são de caráter universal, nacional ou local, às vezes da cidade onde vive o poeta-repórter. À medida da necessidade de quem utiliza o modelo, e dado que este não tem qualquer pretensão de ser fechado, o tema poderia, igualmente ao de teoria política, ser compartimentado em novos subtemas, sem qualquer prejuízo do todo.

Em pensadores da política estão listados os folhetos relacionados à vida ou à obra de teóricos que contribuiriam com a ciência política, e ainda contribuem. Este tema se apresenta como único inteiro, mas também poderia ser dividido em vários subtemas direta ou indiretamente ligados à política. A amostra disponível é relativamente pequena, mas os temas

são surpreendentes pelos fatos de serem apresentados como poesia e em folhetos da literatura de cordel.

O segundo eixo temático proposto é o da disputa política. Neste eixo estão localizados quatro temas: eleição, candidato, eleitor e propaganda. No tema eleição, estão os folhetos relacionados ao evento eleitoral e ao ato de votar. Observe-se a diversidade de perspectivas apresentadas pelos poetas-repórteres, por meio da ocorrência de poemas que são verdadeiras elegias a uma festa democrática até ironias ácidas que descredenciam o procedimento consagrado da democracia representativa; de outros que tratam de movimentos históricos por eleições diretas até a reação diante das notícias falsas que teriam influenciado o resultado das eleições gerais de 2018.

No tema candidato estão os folhetos que se referem ao perfil e ao comportamento de políticos durante a disputa eleitoral. O palavreado arduo, as promessas mirabolantes e uma suspeita esperteza dos candidatos têm lugar neste tema.

No terceiro dos quatro temas deste eixo temático, tem-se o tema eleitor. Os folhetos tratam do votante, sua cultura e representações, seu perfil e comportamento. Observe-se que, diferentemente do folheto do tema candidato, desta feita o poeta-repórter fala do leitor e de si mesmo, indiretamente, enquanto eleitores que são. Uma suposta ingenuidade deste eleitor é recorrente nos poemas-reportagem, que apresentam tom mais de alerta e menos de reprovação.

Completam o eixo os folhetos de propaganda. Foram escritos como peças publicitárias, e não jornalísticas, como os demais deste eixo, mas são igualmente informativos, ao trazerem dados valiosos de candidatos e de suas perspectivas em relação ao eleitor e à eleição. São folhetos de diferentes épocas e de diferentes territórios, o que os torna mais interessantes para a análise e coleta de dados, por exemplo, sobre quem financiou e/ou editou a propaganda.

O terceiro eixo temático dos folhetos de política é o de vultos da política. Este eixo está dedicado a figuras célebres que entraram para a história pela participação que tiveram na política. Quatro temas compõem o eixo, a saber: presidentes, revolucionários, mártires e outros políticos. Presidente é um tema que relaciona, como subtemas, os presidentes do Brasil, do período da Redemocratização e do que se está chamando de bolsonarismo.



Presidentes de períodos anteriores formam outro subtema, outros presidentes, como se verá a seguir.

O tema presidente é dividido em oito subtemas, o subtema Bolsonaro é dedicado ao presidente Jair Bolsonaro, seguindo assim até o subtema Tancredo. Ainda neste tema, há o subtema outros presidentes. O tema se conclui com o subtema presidentes de outros países.

O segundo tema deste terceiro eixo é intitulado revolucionários. São folhetos de militantes políticos que se notabilizaram pelas lutas de libertação que empreenderam ao longo de suas vidas e que, por este motivo, têm um lugar assegurado na história. O terceiro tema, intitulado mártires, é reservado a personalidades que foram assassinadas durante ou por consequência da luta política que empreendiam. O tema final deste terceiro eixo é outros políticos. Está reservado a figuras políticas que não foram considerados mártires ou revolucionários pela história, tampouco ocuparam a Presidência da República. São políticos que obtiveram alguma notoriedade, muitas vezes no território do poeta-repórter.

O quarto dos cinco eixos temáticos é notícia política. O eixo se divide em três temas que são notícias nas mídias jornalísticas: crise interna, crise internacional e editorial. Crise interna abarca os folhetos que se reportam a protestos, atentados, greves etc ocorridos no Brasil. O tema crise internacional trata de conflitos entre nações e suas consequências. Guerras e atentados terroristas estão entre os assuntos recorrente do grupo.

O terceiro tema deste quarto eixo, intitulado editorial, reúne os folhetos que, como sugere o título, muito se assemelham a um editorial de jornal. Na narrativa dos folhetos, o poeta-repórter parte de um fato ou tema muito em voga no cotidiano do território em que atua e o problematiza, ou seja, politiza-o. Ele emite opiniões a respeito da ocorrência ou questão, faz relações de causa e efeito, contextualiza perante a história e aponta possíveis soluções futuras.

O quinto eixo temático da classificação proposta é políticas públicas. Neste grupo estão problemas como os apresentados no tema do eixo anterior, editorial, mas o tom da poesia-reportagem é de reivindicação aos poderes Executivo, Legislativo ou Judiciário, como num simulacro de diálogo público. O eixo é formado por três temas, quais sejam demandas cotidianas, demandas estruturais e políticas públicas. Neste último caso, os folhetos tratam do que o poder público fez, fará ou está fazendo para atender as demandas apresentadas.

O tema demandas cotidianas é dividido em quatro subtemas, que trazem assuntos muito comuns como motivadores de contendas institucionais e políticas entre o Estado e a sociedade, a saber: economia, corrupção, saúde e violência.

No subtema economia, estão questões relacionadas à política econômica, ou seja à macroeconomia, mas também à ocupação, à renda e à pobreza. No subtema corrupção estão as denúncias de corrupção no âmbito do Estado, especialmente do poder Executivo da União. O tom predominante das poesias-reportagens é de protesto contra os desmandos e a imunidade, sendo muito presente também a expectativa de punição dos corruptos.

O terceiro dos quatro subtemas do tema demandas cotidianas é saúde. Os poemas-reportagem tratam de doenças epidêmicas, suas causas, a profilaxia e o tratamento. O tom predominante das narrativas é de alerta e de serviço de utilidade pública. A dengue estava muito presente como assunto nos meios de comunicação e as campanhas de base territorial eram muito comuns, à época da construção da amostra. O tema foi superado, a seguir, pela pandemia do coronavírus. O quarto subtema é violência, refletindo as questões de segurança pública.

No tema demandas estruturais estão questões históricas que remetem aos direitos humanos, ao direito à moradia, à terra, à água e ao meio ambiente equilibrado. Cinco subtemas compõem este tema: mulher, negro e índio, Amazônia e meio ambiente, reforma agrária, moradia e seca. No subtema mulher, estão os folhetos que representam a luta feminista. No subtema negro e índio estão os assuntos relacionados aos povos não-brancos e às questões de direitos humanos que os afetam. Para o subtema Amazônia e meio ambiente, reservaram-se os folhetos que tratam das questões da natureza como bem difuso e planetário, e da preservação dos recursos naturais.

No subtema reforma agrária estão os folhetos que tratam da questão fundiária, da falta de acesso à propriedade da terra. No subtema moradia, aparecem os folhetos que tratam da escassez de moradia urbana, do déficit habitacional como causa da formação de favelas. Finalizando o tema demandas estruturais, tem-se o subtema seca. A “estação” que se repete recorrentemente e de forma irregular no semiárido brasileiro, e que coincide espacialmente com o bioma Caatinga, ocupa o imaginário popular como uma peste que causa pobreza, sofrimento e morte.

O último dos eixos é políticas públicas, que não está dividido em temas ou subtemas. Este eixo traz os programas, projetos e ações do Estado, ou dos governos, na perspectiva mais ou menos apaixonada do poeta-repórter. Algumas poesias-reportagens são encomendadas pelo próprio executor da ação governamental, caracterizando, desta forma, uma propaganda institucional.

O mais importante na recepção dessa proposta de classificação temática é ter em mente que ela repetiria os mesmos problemas de origem, de justificação, de método e de efetividade, já analisados. Mas que, mesmo com lacunas ou falhas, pode sim apontar para a ampliação da diversidade de temas do folheto de política. É relevante também considerar que a referida proposta é só uma alternativa de método de classificação e que, desta forma, pode e deve ser utilizada de maneira aberta e modulável, sujeita às adaptações aditivas ou supressivas que pareçam convenientes ao pesquisador.

Em terceiro lugar, não obstante as querelas por certo pertinentes levantadas por Diatahy Bezerra de Menezes (1999), a proposta de classificação serve de modelo para o encaixe de outros assuntos jornalísticos contemplados no folheto de cordel, como economia, cidades, polícia, esporte etc. A propósito, e para o pesquisador que descredencia o modelo amplo de classificação proposto, poder-se-ia oferecer um outro método, alternativo, este restrito às editoriais de um jornal.

Outros critérios de classificação poderiam igualmente ser usados, o que já foi discutido aqui, como o tempo ou o lugar onde o poema-reportagem foi escrito, quem sabe o suficiente para sustentar um terceiro método. Mais importante para esclarecer as tais querelas, talvez seja admitir novos métodos de classificação que, a despeito o risco de falha metodológica, possa servir a visualizar e organizar a diversidade temática do folheto de política, este assim relativamente acolhido como objeto de estudo.

## **Considerações finais**

O artigo trouxe esclarecimentos a respeito do folheto de política constante do ciclo temático dos folhetos noticiosos, ou de acontecidos, da literatura de cordel, e suscitou algumas querelas que resistem no âmbito dos modelos de classificação temática desse tipo de narrativa literária. Percorreu um trajeto metodológico que incluiu a análise de dados de

uma revisão bibliográfica que contemplou, pela ordem, a diversidade temática da literatura de cordel, os critérios de classificação temática dos folhetos e os métodos de classificação que aplicam os referidos critérios e onde se localiza o folheto de acontecidos.

À sequência, analisou especificamente o folheto de política disponível numa amostra de cerca de 500 exemplares, para, então, de forma empírica, apresentar uma proposta de método de classificação para este tipo diferenciado de narrativa. O método utilizou parâmetros convencionais ou clássicos e ofereceu a possibilidade de classificar os folhetos por meios de cinco diferentes eixos temáticos - ciência política, disputa política, vultos da política, notícia política e políticas públicas -, os quais se dividem em temas e estes e subtemas.

Dado o mote, que venham novas pelejas em torno do desafio de compreender o folheto de política da literatura de cordel em sua extensão temática. As propostas metodológicas parecem importantes. E os dissensos soam imprescindíveis.

## Referências

AMORIM, Maria Alice. **Pelejas em rede**: vamos ver quem pode mais. Recife: Zanzar, 2019.

ANDERSON, Benedict R. **Comunidades imaginadas**: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

ARAÚJO, Alceu Maynard. **Literatura de cordel**. IN: MELO, José Marques de; FERNANDES, Guilherme Moreira (Orgs.). *Metamorfose da folkcomunicação: antologia brasileira*. São Paulo: Editae Cultural, 2013.

BRASIL/MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CULTURA. **Literatura popular em verso**. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 1973.

BRASIL/MINISTÉRIO DA CULTURA. **Cordel**: literatura, diversão e informação. Disponível em: [http://www.cultura.gov.br/o-dia-a-dia-da-cultura/-/asset\\_publisher/waaE236Oves2/content/cordel-literatura-diversao-e-informacao/10883](http://www.cultura.gov.br/o-dia-a-dia-da-cultura/-/asset_publisher/waaE236Oves2/content/cordel-literatura-diversao-e-informacao/10883). Acesso em 18 mai. 2018.

CRISPINIANO NETO, J. **Lula na Literatura de Cordel**. 2. ed. Fortaleza: IMEPH, 2009.

CURRAN, Mark. **Relembrando a velha literatura de cordel e a voz dos poetas**. Lexington: Trafford, 2014

DIAS, Karcia Lúcia Oliveira; ALBUQUERQUE, Maria Elizabeth Baltar Carneiro de. **Aconteceu virou cordel**: analyze of cordel about Getúlio Vargas's death based on the light of likelihood. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/viewFile/1518-2924.2014v19n41p1/28288>. Acesso em 18 mai. 2018.

DIEGUES JÚNIOR, Manuel apud **Literatura popular em versos**. s/d: Editora Itataia Limitada; Editora Universidade de São Paulo, s/d.

GUATARRI, Felix; ROLNIK, Suely. **Cartografias do desejo**. Petrópolis (RJ), Vozes, 1996.

LESSA, Orígenes. **Getúlio Vargas na Literatura de Cordel**. Rio de Janeiro: Editora Documentário, 1973.

LOPES, José de Ribamar. **Literatura de cordel**. Fortaleza: Banco do Nordeste, 1994.

LUYTEN, Joseph M. **O que é literatura de cordel**. São Paulo: Brasiliense, 2005.

MAXADO, Franklin. **O que é cordel na literatura popular**. Mossoró, RN: Queima-Bucha, 2011.

MENEZES, Eduardo Diatahy B. de. **Das classificações por ciclos temáticos da narrativa popular em verso**: uma querela inútil. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 5, n. 12, p. 279-294, dez. 1999.

MENEZES, Ulpiano T. Bezerra de. **A literatura de cordel como patrimônio cultural**. Revista do Instituto de Estudos Brasileiros, São Paulo, n. 72. p. 225-244, abr. 2019. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rieb/article/view/157058/152462>. Acesso em 05 abr. 2021.

OLIVEIRA, Carlos Jorge Dantas de. **História da literatura de cordel**: período de formação. Fortaleza: FGV, 2015.

PROENÇA, Ivan Cavalcanti. **A ideologia do cordel**. Rio de Janeiro: Editora Brasília/Rio, 1977.

TENÓRIO, Carolina Martins; BARBOSA, Cleiton Garcia; ASSIS, Regiane Alves de. **Literatura de cordel como fonte de informação**. [http://www.fespsp.org.br/sic2012/papers/2011/BIB/literatura\\_de\\_cordel\\_como\\_fonte\\_de\\_informacao.pdf](http://www.fespsp.org.br/sic2012/papers/2011/BIB/literatura_de_cordel_como_fonte_de_informacao.pdf). Acesso em: 18 mai. 2018.

SLATER, Candace. **A vida no barbante**: a literatura de cordel no Brasil. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1984.

VIANA, Arievaldo Lima. **Acorda cordel na sala de aula**. Fortaleza: Gráfica Encaixe, 2010.

**RIF, Ponta Grossa/ PR Volume 19, Número 42, p.50-70, Janeiro/Junho 2021**

VIANA, Arievaldo; LIMA, Stélio Torquato. **Santaninha**: um poeta popular na capital do Império. Fortaleza: IMEPH, 2017.

## Contribuições estratégicas da Folkcomunicação no contexto de rupturas democráticas<sup>1</sup>

*Cristina Schmidt*<sup>2</sup>

**Submetido em: 08/04/2021**

**Aceito em: 01/06/2021**

### RESUMO

“Sopram ventos malignos no planeta azul”. Com essa frase Manuel Castells (2018) inicia uma análise dramática sobre as múltiplas crises por que passam os sistemas democráticos no mundo. Desde os países considerados potências econômicas aos subdesenvolvidos, eles se rendem ao neoliberalismo selvagem e recuam suas ações de compromisso social gerando impactos de grande retrocesso em todas as áreas: habitação, alimentação, emprego/renda, saúde, educação, cultural. Uma instabilidade que provocou levantes populares de protesto por meio de grandes mobilizações públicas em inúmeros países durante todo o ano de 2019. É nesse contexto de rupturas e manifestações que delineamos uma reflexão para entender o papel da Folkcomunicação como método de pesquisa estratégico; seja na identificação dos atores e procedimentos comunicativos de grupos sociais de resistência, seja na utilização dos conceitos que definem os mecanismos comunicativos e as características dos grupos marginalizados. Uma reflexão com abordagem qualitativa descritiva, por meio de levantamento bibliográfico e documental, que foi desenvolvida em duas etapas: a primeira traz o contexto das manifestações em face as rupturas democráticas e, a segunda, elucida aspectos teóricos e metodológicos da Folkcomunicação que auxiliam em um descortinar estratégico. Desse modo, pudemos constatar que a Folkcomunicação é disciplina fundamental para abranger esse contexto e, ainda, esclarecer como os grupos marginalizados criam processos folkcomunicacionais de insurgência, pressão e determinação social.

### PALAVRAS-CHAVE

Folkcomunicação; Grupos Marginalizados; Democracia; Metodologia.

---

<sup>1</sup> Esse texto foi desenvolvido a partir de palestra proferida no VI Encontro Internacional de Folkcomunicação, como atividade pré-congresso ao IBERCOM – Congresso Ibero americano de pesquisadores em Comunicação, na cidade de Bogotá-Colômbia em 2019.

<sup>2</sup> Doutora em Comunicação e Semiótica – PUC-SP, fez estágio pós-doutoral em Comunicação para o Desenvolvimento Regional pela Cátedra UNESCO/Umesp. Mestre em Comunicação, teoria e ensino - UMESP-SP. Atualmente é professora na Faculdade Bertioga e pesquisadora do Programa de Mestrado em Políticas Públicas na Universidade de Mogi das Cruzes – UMC. Correio eletrônico: cris\_schmidt@uol.com.br

## **Strategic Contributions of Folkcommunication in the context of democratic ruptures**

### **ABSTRACT**

"Evil winds are blowing on the blue planet." With this phrase Manuel Castells (2018) begins a dramatic analysis of the multiple crises that democratic systems in the world are going through. From the countries considered economic powers to the underdeveloped, they surrender to savage neoliberalism and retreat their actions of social commitment, generating major setbacks in all areas: housing, food, employment / income, health, education, cultural. An instability that provoked popular uprisings of protest through large public mobilizations in countless countries throughout 2019. And it is in this context of ruptures and manifestations that we delineated a reflection to understand the role of Folkcommunication as a strategic research method; either in the identification of the actors and communicative procedures of social resistance groups, or in the use of the concepts that define the communicative mechanisms and the characteristics of marginalized groups. A reflection with a qualitative descriptive approach, through bibliographic and documentary survey, which was developed in two stages: the first brings the context of the manifestations in the face of democratic ruptures and, the second, elucidates theoretical and methodological aspects of Folkcommunication that assist in a unveil strategic. In this way, we could see that Folkcommunication is a fundamental discipline to cover this context and, further, to clarify how marginalized groups create folkcommunication processes of insurgency, pressure and social determination.

### **KEY WORDS**

Folkcommunication; Marginalized Groups; Democracy; Methodology.

## **Aportaciones estratégicas de la Folkcomunicacion en el contexto de las rupturas democráticas**

### **RESUMEN**

"Vientos malignos soplan sobre el planeta azul". Con esta frase Manuel Castells (2018) inicia un análisis dramático de las múltiples crisis que atraviesan los sistemas democráticos en el mundo. Desde los países considerados potencias económicas hasta los subdesarrollados, se entregan al neoliberalismo salvaje y retroceden sus acciones de compromiso social, generando grandes retrocesos en todos los ámbitos: vivienda, alimentación, empleo / renta, salud, educación, cultural. Una inestabilidad que provocó levantamientos populares de protesta a través de grandes movilizaciones públicas en innumerables países a lo largo de 2019. Y es en este contexto de rupturas y manifestaciones que delineamos una reflexión para



entender el papel de la Folkcomunicacion como método estratégico de investigación; ya sea en la identificación de los actores y procedimientos comunicativos de los grupos de resistencia social, o en el uso de los conceptos que definen los mecanismos comunicativos y las características de los grupos marginados. Una reflexión con enfoque descriptivo cualitativo, a través de un relevamiento bibliográfico y documental, que se desarrolló en dos etapas: la primera acerca el contexto de las manifestaciones ante las rupturas democráticas y, la segunda, dilucida aspectos teóricos y metodológicos de la comunicación popular que ayudan a un desvelar estratégico. De esta forma, pudimos ver que la Folkcomunicacion es una disciplina fundamental para cubrir este contexto y, además, aclarar cómo los grupos marginados crean procesos de folkcomunicacion de insurgencia, presión y determinación social.

## **PALABRAS CLAVE**

Folkcomunicacion; Grupos marginados; Democracia; Metodología.

## **Introdução**

“Sopram ventos malignos no planeta azul”. Com essa frase Manuel Castells (2018) inicia uma análise dramática sobre as múltiplas crises por que passam os sistemas democráticos no mundo, e segue aprofundando a reflexão em seu livro “Ruptura: a crise da Democracia Liberal”. Ele demonstra como a anormalidade econômica tem se prolongado com estratégias de deslegitimação do Estado e instituições democráticas, com a precarização dos processos de diálogo e representatividade, e com controle social. No campo da política e da cultura, uma violência crescente contra todos aqueles que tentam insurgir e tomar seu lugar na história: mulheres, negros, comunidades tradicionais, indígenas. Uma desarticulação dos processos e projetos culturais expondo “uma galáxia de comunicação dominada pela mentira”, que tira a privacidade, e promove a “cultura do entretenimento, construída sobre o estímulo de nossos baixos instintos e a comercialização de nossos demônios.” (2018, p.7)

São esses meios que também são utilizados como mecanismos de controle social, limitando as ações sociais e criminalizando movimentos de crítica e rompimento de paradigma. Em nome da segurança, uma rede interconecta todos os sujeitos a esses mecanismos, cruzando dados, vendendo informações pessoais e condicionando a população por meio de algoritmos. As escolhas são determinadas por essa “galáxia da comunicação”, pautada por um “terrorismo fanático que fratura a convivência humana, alimenta o medo cotidiano e dá amparo à restrição de liberdade em nome da segurança” (Castells, 2018, p.7).

Nas democracias, as instituições vão sendo aprimoradas e legitimadas em nome de um interesse comum, para amparar a sociedade. Mas, nesse momento, a desconfiança generalizada nas instituições por todas as partes do mundo, “deslegitima a representação política” rompendo o elo “emocional e cognitivo”. “Trata-se do colapso gradual de um modelo político de representação e governança: a democracia liberal que se havia consolidado, nos dois últimos séculos, à custa de lágrimas, suor e sangue, contra estados autoritários e o arbítrio institucional”. (Castells, 2018, p.8)

Em vários momentos históricos esse rompimento entre governantes e governados levou à morte da democracia. A maioria delas acabou com conflitos armados, intervenção militar e golpes de Estado, a exemplo do que aconteceu durante o período da Guerra Fria com países como: Brasil, Argentina, Guatemala, Peru, Uruguai, Grécia, Gana, Paquistão, Turquia, Tailândia e República Dominicana. E, recentemente, golpes militares também tomaram os governos do Egito, novamente da Tailândia e, nesse início do ano 2021, golpe em Mianmar – com a tomada de poder pelo exército e prisão de lideranças governamentais eleitas legitimamente. São todos exemplos de rupturas democráticas ou fim da democracia por meio da força e coerção militar.

“Porém, há outra maneira de arruinar uma democracia. É menos dramática, mas igualmente destrutiva. Democracias podem morrer não nas mãos de generais, mas de líderes eleitos – presidentes ou primeiros-ministros que subvertem o próprio processo que os levou ao poder” (LEVITSKY & ZIBLATT, 2018, p. 14-15). E, isso ocorre de modo muito planejado, com apoio de grupos de direita populista ou extrema direita, num retorno ao conservadorismo e ascensão de grupos religiosos tradicionalistas e fanáticos, milícias, e de grupos dos “extremamente ricos” no meio político. Exemplos atuais dessa ruína democrática por meio de lideranças eleitas são Trump, Le Pen, Macron, Bolsonaro que provocaram desmontes e inflamaram as populações contra grupos minoritários, contra a ciência e as instituições.

Esses governos promoveram ampla disseminação de informações falsas; geraram insegurança, medo e violência; controlaram a liberdade de expressão e manifestação. É nesse passo que segue o desmantelamento do sistema político no Brasil, a partir do golpe de 2016 encaminhado como legítimo pelo poder legislativo, resultando no impedimento da Presidenta Dilma Rouseff. Os presidentes que a sucederam, Michel Themer e Jair Bolsonaro, têm como

referência uma cartilha de desmonte do Estado e descrédito às instituições, de rupturas e total decomposição democrática.

Em meio a um bombardeamento de informações falsas, esses políticos se elegeram como salvadores de um sistema apresentado como corrupto e inapto para atender às necessidades da população. Campanhas ostensivas de notícias falsas, sem dados comprovados ou distorcidos, são utilizados para desqualificar o Estado, Organismos Internacionais (ONU, OMS), Organizações não governamentais e qualquer grupo que defenda políticas de inclusão, participação e cidadania. Esses, provocaram divergências e dualidades, um fanatismo que têm alimentado o medo, a desconfiança nas instituições, e está desestruturando a convivência humana. (LEVITSKY & ZIBLATT, 2018)

Esses impactos políticos trazem como consequência um grande retrocesso em termos de políticas de proteção social relacionadas à todas as áreas: habitação, alimentação, emprego/renda, transporte, saúde, educação etc. Uma instabilidade que acabou provocando levantes populares em grandes manifestações públicas em várias partes do mundo, tendo como estopim diferentes causas: preço da passagem do transporte público, violência policial e social, desemprego, múltiplos preconceitos de raça, gênero, credo ou classe social.

Todo esse contexto ficou evidenciado no último relatório da *Economist Intelligence Unit* (EIU) de 2019, que aponta uma crescente degeneração dos sistemas democráticos nos últimos 15 anos, período em que a instituição acompanha e avalia sistematicamente 167 países. O documento evidencia que menos de 6% da população mundial vive uma democracia plena. Os EUA, por exemplo, tiveram um retrocesso histórico sob o governo de Donald Trump, colocando o país mais potente do mundo como “democracia defeituosa”. Do mesmo modo avalia o Brasil e a Polônia, por exemplo, como países descomprometidos e com atitudes que impulsionam grupos extremistas, estimulam ações de ódio e preconceito, se impõem ao sistema judiciário, interferem negativamente às empresas de comunicação – inclusive fechando empresas públicas e patrocinando empresas de “fake-news”, desestruturam áreas importantes como ciência, saúde, educação e cultura.

O relatório demonstra as falhas estruturais e de gestão, problemas e distorções no sistema jurídico, falta de inserção e compromisso social da classe política, diminuição acentuada dos canais de participação e proteção social. Isso gera consequências dramáticas em relação aos pressupostos democráticos e políticas públicas que advenham daí. Resultado:

aumento da exclusão social em todos os níveis, marginalização e vulnerabilidade acentuados, rompimento dos canais de diálogo, aumento da violência generalizada – policial, familiar, no campo, nas empresas, e entre diferentes grupos socioculturais.

Essas “democracias defeituosas”, conforme o relatório, só não foram mais precarizadas pelo fato de multidões, pelo mundo todo, irem às ruas em 2019 para protestar e exigir que se mantenham os direitos historicamente conquistados. E, ainda denunciarem os múltiplos problemas sociais que são reflexos de uma crise ainda mais profunda que leva à incapacidade de solucionar as demais crises que envolvem o contexto: “a ruptura da relação entre governantes e governados”. Na arena política democrática são múltiplos os atores que desempenham papéis importantes para pressão, constituição, implementação, usufruto e avaliação de políticas públicas. Cada segmento/instituição constrói sua legitimidade como fruto de uma relação de aprimoramento histórico dentro do sistema social vigente (SECCHI,2017).

E é nesse contexto de rupturas e manifestações, que delineamos uma reflexão para entender o processo de desmantelamento dos sistemas democráticos e o papel da Folkcomunicação como método de leitura dessa realidade, identificando atores e procedimentos comunicativos de grupos sociais de resistência, bem como, trazer os conceitos que definem os mecanismos comunicativos e as características dos grupos marginalizados. Além disso, evidenciar como a Folkcomunicação é instrumento de mediação, processo de mobilização e ativismos. Uma reflexão com abordagem qualitativa descritiva, por meio de um levantamento bibliográfico e documental, é desenvolvida em duas etapas: a primeira trazendo o contexto das manifestações em face as rupturas democráticas e, a segunda, aspectos teóricos e metodológicos da Folkcomunicação que auxiliam em um descortinar estratégico.

## Das rupturas às insurgências dos grupos marginalizados

O ano de 2019 seguia com crescentes movimentos de protestos populares e insurgências de populações em muitos países da América Latina (Chile, Brasil, Venezuela, Peru, Colômbia) e de outros continentes (EUA, Espanha, Reino Unido), reivindicando a manutenção de um Estado-nação<sup>3</sup>, de uma democracia participativa<sup>4</sup>, e o reconhecimento de processos legítimos de eleição, mobilização/manifestação, políticas sociais e liberdade de expressão. Essa ebulição veio à tona por conta de um aumento acentuado de violência contra grupos minoritários, uma crescente onda de desemprego e fome, corrupção e distanciamento acentuado entre eleitores-eleitos e golpes políticos de destituição presidencial com substituição por políticos de direita populista e autoritária.

Tudo, como parte das estratégias do neoliberalismo de levar as nações a um Estado mínimo. E, “quanto mais o Estado-nação se distancia da nação que ele representa, mais se dissociam o Estado e a nação”, provocando uma crise de legitimidade disseminando fortemente uma imagem negativa das Instituições democráticas entre os cidadãos, marginalizando-os cada vez mais dos processos de decisão e cidadania (CASTELLS, 2018, p.19)

Essa configuração neoliberal vem sendo consolidada nas últimas duas décadas com a conjunção de uma série de fatores. A globalização da economia e da comunicação vem limitando a autonomia dos Estados-nação e levando para a agenda pública problemáticas e soluções em âmbito global – violação de direitos humanos, mudança climática, crise financeira, regulação econômica e terrorismos; deixando problemas públicos regionais e locais em segundo plano. Políticas e direitos fundamentais foram desregulamentados, provocando

---

<sup>3</sup> Dentro da complexidade do termo e diferentes abordagens teóricas, foi adotada uma concepção que se aproxima às reivindicações coletivas exemplificadas neste capítulo: “a dimensão menos material do Estado, com a qual ele se mostra como ambiente ético e sociocultural demarcado por regras, tradições, valores e modos de sentir, no qual se estabelecem as bases da reciprocidade entre os cidadãos (um marco normativo, uma moldura cultural, um ‘pacto funcional’). [...] o Estado como a ‘expressão jurídica de uma comunidade politicamente organizada’. Ela diz respeito aos mecanismos com que as comunidades dão corpo aos pactos essenciais que viabilizam sua existência coletiva, reproduzindo-a de modo ideal e simbólico.” (GIOVANNI e NOGUEIRA, 2018, p.325)

<sup>4</sup> A Democracia participativa tornou-se valor social e novas perspectivas de governo voltado ao coletivo. “Ao lado da democracia deliberativa, a democracia participativa consolidou-se como um novo modelo democrático. Sua maior vocação é problematizar e questionar a democracia representativa, vista como limitada pelo caráter instrumental, individualista e competitivo que acarretaria inevitável redução da política ao mecanismo eleitoral e rebaixamento da cidadania.” (GIOVANNI e NOGUEIRA, 2018, p.247)

uma instabilidade social e uma desqualificação generalizada dos processos produtivos e institucionais para os cidadãos.

A desigualdade social resultante entre valorizadores e desvalorizados é a mais alta da história recente. E mais, a lógica irrestrita do mercado acentua as diferenças entre capacidades segundo o que é útil ou não às redes globais de capital, de produção e de consumo, de tal modo que, além da desigualdade, há polarização; ou seja, os ricos estão cada vez mais ricos, sobretudo no vértice da pirâmide, e os pobres cada vez mais pobres. (CASTELLS, 2018, p.18)

A precarização da vida e a pauperização está sendo constatada e apontada com grande preocupação por órgãos internacionais mundiais, como a ONU, a UNICEF e a OMS, que alertam as lideranças científicas e políticas mundiais a fim de encontrarem estratégias para superação desse processo devastador. De acordo com o relatório da Insegurança Alimentar e Nutricional no Mundo da ONU de 2019, “dezenas de milhões se juntaram às fileiras de subnutridos crônicos nos últimos cinco anos”. Nesse período, diversos dados demonstram que somente no ano de 2019 mais de 690 milhões de pessoas passaram fome. (UNICEF, 2020)

A avaliação é que a cada ano cerca de 10 milhões de pessoas entram para a linha de extrema pobreza. Somente no período de pandemia de Covid-19 em 2020, o relatório estimou mais de 130 milhões com fome crônica no mundo. Na América Latina esse número chega a 42,5 milhões de pessoas passando fome e 55% da população sofrendo com subnutrição.

Essa questão está diretamente relacionada com a desaceleração econômica que vem ocorrendo ano a ano desde 2008. Houve uma deterioração das finanças públicas, principalmente em países que dependiam de exportações como, por exemplo, os países da América Latina e Caribe. Com isso, uma queda no PIB levou a reestruturação de todos os segmentos produtivos, e conseqüentemente a um aumento generalizado do desemprego. Com rendimentos familiares reduzidos, mais de 41 milhões de desempregados, o número de pessoas pobres na AL subiu para 83 milhões. (BRASIL DE FATO, 2020)

Diversos estudos, dentre eles o Relatório da *ActionAid* do Banco Mundial, avaliam esse cenário como decorrente de uma série de retrocessos políticos e rupturas democráticas que envolvem os países latino-americanos como “o desmonte das políticas públicas de Segurança Alimentar, a demolição da estrutura institucional de apoio a programas sociais, e a destruição dos meios de subsistência”. Pobreza e fome agravadas no contexto da pandemia do novo

coronavírus e, particularmente no Brasil, com dois outros fatores considerados como agravantes: a “devastação ambiental e a redução do auxílio emergencial”.

O Brasil tinha reduzido a fome e a pobreza extrema a um percentual insignificante em 2014, cerca de 40 milhões de pessoas foram retiradas da pobreza e miséria em um trabalho de quase duas décadas com políticas de Estado como o “Fome Zero” e a “Bolsa Família”. Porém, em 2020, o país volta para o Mapa da Fome da ONU com cerca de 7% da população em estado de miserabilidade e insegurança alimentar, quase 15 milhões de brasileiros passam fome, de acordo com o Relatório do Banco Mundial (HYPENESS,2020).

Como apontado acima, essa realidade é desenhada pelas mãos da crise econômica, mas principalmente e também pela crise política de rompimento entre Estado e nação. Essas conjunturas promovem cortes em políticas públicas de proteção social e retiram direitos conquistados historicamente pelos cidadãos, como direitos trabalhistas, acesso à alimentação, ao sistema de saúde e à escolarização pública universal. Para se ter uma ideia, entre 2014 e 2017, cerca de 1,5 milhão de auxílios pelo Programa Bolsa Família foram suprimidos. E, no atual governo de Bolsonaro, somente no mês de março de 2020, em meio à crise social gerada pelo coronavírus, o governo federal fez um corte de mais de 158 mil bolsas (UOL, 2020). E, ainda, aliado a isso, outras áreas sociais também estão sendo profundamente impactadas como a saúde, a educação/pesquisa e a cultura. Com o congelamento dos gastos públicos por 20 anos, aprovado pelo governo Temer, na chamada “PEC da Morte 241”, a Emenda Constitucional nº 95/2016 que estabelece um teto de gastos públicos no período de 20 anos. Por meio desta, ficou determinado que não haja crescimento nas diferentes pastas governamentais acima da inflação, impactado em fortes prejuízos para a manutenção e ampliação dos direitos fundamentais da população.

Esse contexto gerou um descontentamento em vários segmentos sociais que fazem grandes mobilizações e protestos. Em maio de 2019 mais de um milhão vão às ruas em defesa da educação e contra a reforma da Previdência. Em junho do mesmo ano, com o corte anunciado pelo MEC de 30% no orçamento destinado à educação nas universidades federais e na seguridade social, aprovação da ampliação de idade mínima para a aposentadoria e o corte significativo nos valores a receber pelos pensionistas.

Com isso, mais de 45 milhões de pessoas protestaram por todo o país, em manifestações e greves. Movimentos sociais, partidos e sindicatos reunidos nas frentes Povo

sem Medo e Brasil Popular protestaram em todas as capitais brasileiras, e em mais 375 cidades. Na Avenida Paulista em São Paulo, avenida símbolo da economia do país e também das grandes manifestações populares, 50 mil manifestantes demarcaram seu descontentamento com as pautas governamentais. Em agosto de 2019 os estudantes se mantêm protestando por todo o país. Em setembro, pipocam protestos contra o governo Bolsonaro, exigindo investigações sobre a morte da vereadora Marielle Franco e o motorista Anderson Gomes – Quem matou? Quem mandou matar? (REDE BRASIL ATUAL, 2019).

Por todo o mundo foram muitos os protestos que abalaram o ano de 2019. Foi um ano em ebulição, como já dissemos, por conta de economias em colapso, corrupções governamentais e empresariais, aumento de violência, desigualdades de todos os tipos, resultando em rupturas democráticas. Esse conjunto de fatores motivaram os efervescentes ativismos civis/populares em defesa de direitos, participação e de manutenção da democracia. Levaram multidões às ruas que, em alguns países, como o Chile, se mantiveram por meses. Algumas foram marchas pacíficas, outras de grande enfrentamento com as forças de segurança, e em sete países (Porto Rico, Venezuela, Bolívia, Argélia, Líbano, Iraque e Sudão) levaram à derrubada ou renúncia de lideranças governamentais.

No Chile, por exemplo, o transbordamento popular foi provocado pelos reajustes dos preços do transporte público. A isso foram se somando outras problemáticas de exclusão e desigualdades e se transformou num movimento de gigantesca proporção em número de manifestantes e em tempo de permanência dos atos públicos. Foram meses de protestos pacíficos e violentos com grande enfrentamento às forças militares. Em resposta a pressão popular, as instâncias governamentais, lideradas pelo presidente Sebastián Piñera, recuam em algumas medidas: reduzem salários de políticos, reveem os valores do transporte público e, o principal, abrem para uma nova constituinte com participação popular. O povo se sentiu efetivamente como ator num processo de reconstrução democrática.

Em praticamente todos os países da América Latina os protestos populares expressaram a insatisfação e o distanciamento na relação Estado-Nação. Se jogaram em denúncias, críticas e ativismos evidenciando as mazelas do neoliberalismo contra as democracias latinas. Em Porto Rico, uma catástrofe natural levou a população às ruas. Um furacão, que deixou milhares de desabrigados e famintos, provocou um rompante geral no país que trouxe todas as insatisfações para a pauta de reivindicações e protestos: corrupção envolvendo o governo,



desigualdade social, opressão social. Isso, confluuiu para a renúncia do então governante Ricardo Rosselló em julho de 2019.

Na Venezuela a fome e a hiperinflação, foram os motivos encontrados pelos grupos de oposição a Nicolás Maduro, para criarem manifestações violentas contra o governo. Geraram indisposições mundiais para o presidente, criando inclusive pressões internacionais para uma intervenção e a tomada de poder. Levou à evidência alguns políticos como Juan Guaidó, se colocando como representante do povo e presidente interino. Gerou rompimento com alguns países intervencionistas como os EUA de Ronald Trump e a Colômbia, e gerou a um movimento migratório sem precedentes, e manifestações que levaram dezenas às prisões. Atualmente, o presidente Nicolás Maduro desbloqueou o câmbio de dólares no país, o que está gerando uma segurança econômica e abrindo possibilidades de uma mudança econômica e social no país.

Na Bolívia, na mesma linha da Venezuela, os movimentos de protesto foram instigados pela oposição, grupos ligados à direita populista, com apoio dos mesmos países do caso anterior. A questão não esteve ligada aos aspectos econômicos explicitamente, mas ao inconformismo da oposição com o tempo ilimitado do mandato de Evo Morales. Com as pressões por vários meses, ele foi forçado a renunciar no fim de 2019. Mas, no ano seguinte, convocadas as eleições, o seu candidato venceu o pleito e manteve o partido **Movimiento al Socialismo (MAS)** de Morales, no poder.

Na Colômbia o estopim foram os altos impostos sobre as camadas sociais mais pobres, o desemprego e a falta de diálogo entre governo-população. Foram dezenas de protestos, a maioria pacífica – estas até com apresentações musicais de bandas e orquestras, e encenações teatrais; porém, a agressão policial foi desmedida e resultou em quatro mortes de civis. Enquanto que no Equador, o governo provocou a revolta social definindo o fim dos subsídios para os combustíveis. A população saiu em massa para as ruas, e os protestos foram tantos e tão intensos que a medida foi rapidamente revertida.

Nos Estado Unidos em vários estados as ruas também foram ocupadas por movimentos de revolta e protestos, resultante da forte repressão policial acentuadamente em relação a grupos minoritários e negros. Estima-se que a polícia mate cerca de 1.200 pessoas todos os anos nos Estados Unidos, mas apenas 1% dos casos os policiais são acusados formalmente (CRAWFORD, 2020). O mais recente que se tornou emblemático foi o caso de

George Floyd, homem negro, assassinado por sufocamento pela polícia de Minnesota. Desse episódio, decorreram uma intensa série de protestos e tumultos, gerando uma pressão pública que levou a oficialização da acusação aos policiais envolvidos.

Outros movimentos muito marcantes em 2019, foram os relacionados às questões climáticas, inspirados ou liderados pela adolescente Greta Thunberg. Esses fizeram milhares de estudantes em vários países se manifestarem, por meio de greves e ou protestos de rua, exigindo medidas urgentes para o enfrentamento dessa problemática global. A ativista sueca, pessoalmente, levou à ONU denúncias formais contra vários países e alguns em particular, considerados pelo movimento como os maiores destruidores ambientais: Brasil, Alemanha e França.

Por toda a Europa movimentos de independência, separatismo ou do “Brexit” levaram centenas de milhares de pessoas a protestarem durante todo o ano de 2019. Escócia marchou pedindo independência do Reino Unido; este, por sua vez, eclodiu em manifestações a favor e contra o Brexit – com grupos conservadores liderando a saída. E a Catalunha em intensas e volumosas paradas pela separação da Espanha, enfrentando forte repressão policial. Corrupção, manobras políticas e retirada de direitos sociais levaram multidões às ruas da França (Protestos dos Coletes Amarelos), República Tcheca, Eslováquia e Rússia.

África, Oriente Médio, Extremo Oriente e Oceania também tiveram um ano de 2019 com agitações e violências na arena política em decorrência das rupturas com a Democracia, do distanciamento entre Governo-Nação levando a retrocessos em direitos sociais e culturais, precarização dos serviços públicos, inflação, desemprego e miséria. Os estopins para as manifestações, algumas muito violentas, resultando em centenas de mortes e milhares de presos, mas também em renúncias e recuos políticos. Questões que pautaram essa região foram: autoritarismo e inflação, na Argélia e no Sudão. Corrupções e abusos de poder no Iraque. Altos preços do combustível, no Irã (protestos resultaram em 200 mortes). Fraude eleitoral em Malawi, e indicação de ministro impopular na justiça na Coreia do Sul. Violentos protestos por moradia e serviço público de qualidade na África do Sul. Impostos em excesso, no Líbano. Mudanças de legislações como o do código penal, na Indonésia; criação da Lei de extradição em Hong Kong, e movimento separatista em Pádua com dezenas de mortos. (AFP, 2019)

## O descortinar estratégico: as contribuições da folkcomunicação

É para esse contexto de rupturas democráticas e grandes manifestações sociais que a Folkcomunicação traz contribuições importantes no descortinar desses processos e, pode ser adotada como teoria estratégica de leitura e construção de significado.

A Folkcomunicação preenche o hiato, quando não o vazio, não só da informação jornalística como de todas as demais funções de comunicação: educação, promoção e diversão, refletindo o viver, o querer e o sonhar das massas populares excluídas por diversas razões e circunstâncias do processo civilizatório, e exprimindo-se em linguagem e códigos que são um desafio ao novo [...] (BELTRÃO, 1980, p.26)

### E o que descortinar?

- As causas pelas quais a separação entre representado e representante se acentuou ao ponto da rejeição popular, sem distinções;
- As emoções coletivas que, ao encontrarem barreiras para seus anseios, abrem novas vias de manifestação/comunicação e empoderamento;
- Os grupos marginalizados (rurais, urbanos e os culturalmente marginalizados) levam à compreensão das polarizações de poder e na nova configuração das classes sociais;
- A comunicação dos marginalizados (seus meios/formas, suas mensagens e líderes de opinião) possibilita o entendimento dos processos e atuações na arena política;
- As redes culturais comunicativas vividas/físicas e as representadas nas redes digitais, enquanto manifestações sociais e de protestos, como via de mobilização e posicionamento dos grupos minorizados e marginalizados;
- O sistema de Folkcomunicação que coloca o processo da comunicação em múltiplos estágios, para entender o processo de mediação e diálogo;
- O líder de opinião como mediador do processo de diálogo/não diálogo – entre representantes e representados, aproximação com atores da arena política;
- O ativismo midiático/Folkmídia para criar mecanismos de pressão e voz dos grupos marginalizados, identificação e ação em canais próprios para superar as forças hegemônicas.

Tomando essas linhas para a reflexão do processo de ruptura democrática no campo da Folkcomunicação, podemos iniciar considerando que os movimentos de protesto e pressão na arena política, elencados acima, foram amplamente divulgados nos meios de comunicação de massa tradicionais, e nos meios digitais criando fluxos de informação hegemônica e contra hegemônica. Os próprios movimentos utilizaram as redes sociais digitais para transmitir e registrar suas causas e lutas. Muitas “lives”, debates, cursos preparatórios, articulações entre diferentes segmentos, se espalharam febrilmente pelas redes por todo o planeta em busca de socialização, interação e significados.

Para a sociedade em geral, a principal fonte de produção social de significados é o processo da comunicação socializada. Esta existe no domínio público para além da comunicação interpessoal. A contínua transformação da tecnologia da comunicação na era digital amplia a comunicação para todos os domínios da vida social, numa rede que é simultaneamente global e local, genérica e personalizada, num padrão em constante mudança. (CASTELLS, 2013, p.11)

Mas é na comunicação própria ao grupo que o significado para o ativismo se constrói. Castells (2013) fala sobre a autocomunicação, como um processo que utiliza as mídias digitais, entendidas como comunicação massiva horizontal e multimodal, com “uma referência constante a um hipertexto global de informações” em que os atores sociais – individual ou coletivo - podem interpretar e reinterpretar de acordo com seus valores, com objetivo de fortalecimento e emancipação. Por isso, existem vários mecanismos para o controle do uso das redes digitais, elas possibilitam a formação e mobilização da sociedade para a construção de uma sociedade mais autônoma; enquanto as redes de poder hegemônico se articulam em “metarredes” da economia, das mídias, da política, da produção cultural, da segurança, para controle social e centralização/acúmulo das riquezas.

O Estado se constitui como a principal rede de poder que articula e possibilita todas as demais redes, regulamentando e criando canais de interconexão. Mas, quando este está sendo propositalmente desestruturado pelas demais instâncias hegemônicas de poder, o projeto de emancipação, governança participativa e cidadania coletiva é extinto. É retirado o significado coletivo de representatividade, levando incertezas aos movimentos sociais, enfraquecendo sua ação de contrapoder.

Essa rede hegemônica, exige uma articulação social que vai além dos espaços comunicacionais tradicionais, é preciso que haja a ocupação do espaço público em grandes

manifestações e insurgências como instrumento de pressão. São as redes culturais comunicativas que vão criar diferentes relações entre múltiplos grupos e níveis de poder, vão articular imperativos diversos no sentido de atender as demandas populares para sua mobilização. Essas redes culturais são espaços de diálogo e identidade, que se apresenta como um meio para a comunicação entre diferentes sujeitos, configurando uma rede comunicativa. (Schmidt e Santos, 2017)

Schmidt (2016) define essa rede cultural comunicativa como espaço de Folkcomunicação,

(...) como a dimensão primária para a comunicação interpessoal e a composição de grupos ativos de audiência, ou seja, as redes sociais como conjuntos de ações múltiplas e simultâneas de comunicação que proporcionam a interação entre diferentes indivíduos, grupos e níveis nos processos culturais. Estas, conferem aos indivíduos, um poder de participação em redes comunicativas que vão do interpessoal ao empresarial, do pessoal ao comunitário e ao planetário através de recursos interativos próprios a cada cultura. As Redes se instituem a partir de interesses comuns que vão do econômico ao religioso, do afetivo ao artístico de seus agentes ativos e promotores e demais participantes (SCHMIDT, 2016 p. 13).

Nesse espaço folkcomunicacional, cada participante pode, a partir dos vínculos interpessoais, refletir sobre si, seu modo de vida e a sua maneira de entender o contexto no qual trabalha, reside e participa das práticas culturais e das ações políticas. Ao serem inseridas nas redes digitais possibilita uma aproximação mais direta entre os líderes de opinião/ativistas, e intensifica as possibilidades de diálogo coletivo em rede por meio de computadores e telefonia móvel. Esses atores têm seu desempenho na arena política, ou seja, “o lugar onde ocorre a disputa política”. Por isso é importante ficar claro que os indivíduos, grupos e organizações que influenciam o processo político não têm comportamentos ou interesses estáticos, mas sim dinâmicos de acordo com os papéis que interpretam. Os atores devem interagir e participar igualmente dos processos, definir pautas e projetos, buscar recursos, promover aproximações e diálogos, fazer coligações, e resolver conflitos na arena política (SECCHI, 2017 p.77).

Portanto, as comunidades à margem do contexto produtivo hegemônico e globalizado podem formar redes comunicativas de “indignação e esperança”, para posicionarem suas pautas e atuarem como grupos de pressão, com agentes/líderes folk ou ativistas midiáticos. Elas vão estabelecendo relações do local ao global para demarcar sua territorialidade e refletir

sobre seus interesses (SCHMIDT, 2014, p.48). A compreensão desse cenário dos grupos marginalizados, coligados em seus processos de folkcomunicação, com presença significativa de ativistas midiáticos, é possível por meio da prática dos sujeitos ativos e dos ativistas midiáticos.

Para Trigueiro (2008) todos esses atores que exercem uma atividade de acesso aos veículos comunicativos hegemônicos/massivos são considerados sujeitos ativos, o que difere dos ativistas, que além de acessarem os meios, desempenham uma atividade de militância, e assim, planejam e participam de movimentos nos quais manifestam suas posições. Portanto, o ativista midiático é um motivador, que parte do anonimato para o reconhecimento público, ou seja, passa a ter visibilidade local e até global.

E, nesse contexto em que a globalização se configura em uma fase mais perniciosa e sutil para o desmonte democrático, recorremos a Trigueiro (2006) que avalia ser fundamental a compreensão dos sistemas folkcomunicacionais e do papel dos ativistas midiáticos que “atuam nos movimentos participativos de cidadania, como agentes comunicadores vinculados aos movimentos culturais que utilizam estratégias, que legitimam a sua participação como cidadãos conscientes do seu papel na organização da sociedade civil” (TRIGUEIRO, 2006 p. 10).

No contexto de rupturas democráticas, então, os movimentos sociais operam como atores fundamentais na arena política e não manifestam apenas os aspectos ligados a uma situação, apresentam características decorrentes do contexto social em que estão inseridos, dando-lhes forma e significado. Portanto, na sociedade capitalista e globalizada com acentuadas rupturas democráticas, as manifestações assumem diferentes status: de resistência, de divergência e oposição, de convergência e acomodação, de decisão. Isso quer dizer que, as manifestações culturais adaptam suas expressões de modo a tornarem-se um importante instrumento para crítica, pressão e reivindicação.

Cada grupo social se manifesta de modo a criar referências, estabelecer diálogos e conquistar espaços sociais que lhe proporcionem uma vida melhor, no cenário analisado, reivindicam uma Democracia Participativa. Por isso é importante ficar claro que os indivíduos, grupos e organizações que influenciam o processo político não têm comportamentos ou interesses estáticos, mas sim dinâmicos, como já foi dito, de acordo com os papéis que interpretam. Esse é exatamente o ambiente em que ocorrem os processos folkcomunicacionais e, portanto,

A investigação da natureza, dos elementos e da estrutura, dos agentes e usuários, do processo, das modalidades e dos efeitos da folkcomunicação é absolutamente necessária, Notadamente em países como o(s) nosso(s), de elevado índice de analfabetos, de disseminação populacional irregular, de reconhecida má distribuição de rendas e acentuado nível de pauperismo e, em consequência desses e outros fatores, por frequentes crises institucionais que conduzem à inevitável instabilidade política. (Beltrão, 1980, p.27)

Para Beltrão (1980) esses movimentos são decorrentes de relações interpessoais em diferentes níveis, com vários mediadores que decodificam e valorizam as mensagens e canais que viabilizam a fala, a forma, o lugar dos grupos marginalizados no cenário público. É nesse sentido que as redes folkcomunicacionais e a arena política não se desenvolvem num contexto individual e sim, no cenário público e coletivo. Tanto as ações folkcomunicacionais quanto o que envolve as estratégias de um Estado Democrático, se manifestam em territórios de interação, no qual a ação coletiva, independentemente do número de sujeitos, se articula num movimento dinâmico.

## Considerações Finais

“Sopram ventos malignos no planeta azul”, com essa frase de Manuel Castells (2018) iniciamos o artigo para apontar as múltiplas crises por que passam os sistemas democráticos no mundo. Desde os países considerados potências econômicas aos subdesenvolvidos, que se renderam ao neoliberalismo selvagem e romperam o compromisso social gerando impactos de grande retrocesso em todas as áreas: habitação, alimentação, emprego/renda, saúde, educação, cultura. Rupturas que provocaram o surgimento de movimentos sociais de reivindicação e protestos, que eclodiram por todo o território mundial durante o ano de 2019.

Como demonstramos, foram muitos os protestos que se opuseram ao desmonte da Democracia. Foi um ano em ebulição, com muitas economias em colapso, corrupções governamentais e empresariais, aumento de violências e desigualdades de todos os tipos; e, acentuou um processo de miserabilidade e fragilidade social. Algumas dessas marcantes manifestações, apontaram que as perdas foram tantas que até “perderam o medo” de enfrentar os grupos hegemônicos. Isso motivou ainda mais os ativismos civis/populares em defesa de direitos, de participação e de manutenção da democracia.

Multidões foram às ruas e se mantiveram por meses em protestos, como foi o caso dos “Coletes Amarelos” na França, e das passeatas no Chile. A maioria absoluta dos movimentos e marchas foram pacíficas, mas várias tiveram que enfrentar a brutalidade das forças militares e de segurança. Enfrentamento importante que resultou na derrubada ou renúncia de lideranças governamentais em sete países: Porto Rico, Venezuela, Bolívia, Argélia, Líbano, Iraque e Sudão.

Foi nesse contexto de rupturas e manifestações que trouxemos a Folkcomunicação como disciplina estratégica; seja na identificação dos atores e procedimentos comunicativos de grupos sociais de resistência, seja na utilização teórica relativa aos mecanismos comunicativos e às características dos grupos marginalizados.

Pois é justamente nesse cenário que os movimentos sociais operam como folkcomunicadores – líderes de opinião ou líderes folk - fundamentais e protagonizam os embates na arena política. E, é aí que as manifestações assumem diferentes status, como dissemos no decorrer do artigo, se dispõem como resistência, divergência e oposição; e também se articulam para a convergência e a acomodação para a decisão. Isso quer dizer que, as manifestações culturais adaptam suas expressões de modo a tornarem-se um importante instrumento de comunicação própria para a crítica, a pressão e a reivindicação.

Portanto, reapresentando o que já foi dito, as comunidades à margem do contexto produtivo hegemônico e globalizado podem formar redes comunicativas de “indignação e esperança”, para posicionarem suas pautas e atuarem como grupos de pressão, com agentes/líderes folk ou ativistas midiáticos. Elas vão estabelecendo relações do local ao global para demarcar sua territorialidade, refletir sobre seus interesses, agir para a transformação. Por meio da prática dos sujeitos ativos e dos ativistas midiáticos, tanto as ações folkcomunicacionais quanto o que envolve as estratégias de um Estado Democrático, se articulam num movimento dinâmico.

Chegamos à conclusão de que a prioridade emergente está em criar mecanismos comunicacionais/políticos cada vez mais claros e firmes para que as sociedades restabeleçam os processos constitucionais e o Estado de Bem Estar Social, fortalecendo as democracias por todas as partes do planeta. Esses mecanismos, estão sendo fortemente reivindicados por meio de manifestações sociais e políticas para garantir, mesmo que forçadamente, a harmonia mundial e a cidadania coletiva.



E, por fim, a disciplina fundamental para dar suporte metodológico a esses mecanismos, para descortinar os diferentes pontos frisados a serem abordados, é a Folkcomunicação. Pois esta é a disciplina que acolhe e decodifica os grupos marginalizados em seus processos de insurgência, pressão e determinação social.

## Referências

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

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014.

CASTELLS, Manuel. **Ruptura**: a crise da democracia liberal. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**. Movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CRAWFORD, Alan. Estes são os protestos que abalaram o mundo em 2019. Disponível em: <https://exame.com/mundo/estes-sao-os-protestos-que-abalaram-o-mundo-em-2019/>. Acesso em 11 de setembro, 2020.

DOWNING, John D. H. **Mídia Radical**: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: Editora SENAC, 2004.

DULCE, Emilly; CARVALHO, Igor; CONSOLE, Luciana. Mais de um milhão vão às ruas em defesa da educação e contra a reforma da Previdência. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2019/05/15/em-todos-os-estados-brasileiros-vao-as-ruas-em-defesa-da-educacao-e-contra-bolsonaro>. Acesso em 12/09/2020.

Agence France-Presse (AFP). 2019 foi o ano de todos os protestos no mundo. E 2020? Disponível em: <https://exame.com/mundo/2019-foi-o-ano-de-todos-os-protestos-no-mundo-e-2020>. Acesso em 12/09/2020.

GIOVANNI, G. e NOGUEIRA, M. A. (Orgs) **Dicionário de políticas públicas**. São Paulo: Editora UNESP, 2018.

LEVITSKY, Steven e ZIBLATT, Daniel. **Como as democracias morrem**. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

Lu Sudré. Extrema pobreza deve atingir mais de 83 milhões na América Latina e Caribe em 2020. Disponível em <https://www.brasildefato.com.br/2020/06/18/extrema-pobreza-deve-atingir-mais-de-83-milhoes-na-america-latina-e-caribe-em-2020>. Acesso em 20 de agosto, 2020.

MADEIRO, Carlos. Governo corta 158 mil do Bolsa Família em meio a covid-19. Disponível em <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2020/03/20/governo-corta-158-mil-do-bolsa-familia-em-meio-ao-covid-19-61-sao-do-ne.htm>. Acesso em 20 de agosto, 2020.

OLMO, Guillermo D. O plano de Nicolás Maduro para pegar carona nos dólares que circulam contra hiperinflação. Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-55957816>. Acesso em 28/02/2021.

Redação Hypes. 15 milhões de pessoas devem passar fome no Brasil em 2020. Disponível em <https://www.hypeness.com.br/2020/10/15-milhoes-de-pessoas-deve-passar-fome-no-brasil-em-2020/>. Acesso em 04 de janeiro, 2021.

Redação RBA. Contra Bolsonaro e 'novo AI-5', movimentos protestam nesta terça. Disponível em <https://www.redebrasilatual.com.br/politica/2019/11/contrabolsonaro-e-novo-ai-5-movimentos-protestam-nesta-terca/>. Acesso em 20 de agosto, 2020.

SCHMIDT SILVA, Cristina. As manifestações Culturais como constituidoras de políticas públicas. (IN) Valente, H.; Prados, R.M.N.; Schmidt, C. (Org.) **A música como negócio: políticas públicas e direito do autor**. São Paulo: Letra e Voz, 2014.

SCHMIDT, Cristina. Redes Culturais Comunicativas: uma pesquisa colaborativa e interdisciplinar em Folkcomunicação. In: Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2016. v. 1. p. 1-14. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2669-1.pdf>> Acesso em 19 abr. 2017.

SCHMIDT, Cristina; SANTOS, Daniel M. Redes Folkcomunicacionais e Políticas Públicas: A Escola de Cidadania e Espaço Político e de Ativismo Midiático. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, Ponta Grossa/ PR Volume 15, Número 34, p.103-118, Janeiro/Junho 2017.

SECCHI, Leonardo. **Políticas Públicas: conceitos, esquemas de análise, casos práticos**. São Paulo: Cengage Learning, 2017.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **Folkcomunicação e Ativismo Midiático**. João Pessoa: Editora Universitária UFPB, 2008.

TRIGUEIRO, Osvaldo. **O ativista midiático da rede folkcomunicacional**. Revista Internacional de Folkcomunicação, vol. 4, n. 7, 2006. Disponível em <<http://www.revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/536/370>> Acesso em 19 abr. 2017.

UNICEF. À medida que mais pessoas não têm o suficiente para comer e a desnutrição persiste, acabar com a fome até 2030 é uma incerteza, alerta relatório da ONU. Disponível em <https://www.unicef.org/brazil/comunicados-de-imprensa/acabar-com-fome-ate-2030-e-incerteza-alerta-relatorio-onu>. Acesso em 20 de agosto, 2020.

## Carnaval de rua em disputa em Santa Cruz do Sul/RS

Ângela Cristina Trevisan Felippi<sup>1</sup>  
Verushka Goldschmidt Xavier de Oliveira<sup>2</sup>

**Submetido em: 25/04/2021**

**Aceito em: 02/06/2021**

### RESUMO

Carnaval faz parte da cultura popular do Brasil. Entretanto, em algumas regiões a festa não recebe tanto destaque quanto em outras. No município de Santa Cruz do Sul, localizado no Vale do Rio Pardo/RS, a realização do tradicional carnaval de rua de escolas de samba e blocos é motivo de disputas entre sociedades carnavalescas, poder público e iniciativa privada. O artigo discute estas disputas por meio do estudo dos *dois carnavais* de rua que ocorrem na cidade, um, a *Descida da Júlio*, que surge inicialmente como resistência a alterações no carnaval de rua tradicional propostas pela prefeitura municipal. Outro, o *Bailinho de Carnaval da Borges*, que nasceu da inovação de empresários locais. Estas duas alternativas são analisadas como meios para discutir as tensões no campo cultural, através da principal festa popular nacional, tendo ao fundo as questões de identidade e o direito à cidade. O artigo se orienta pela teoria dos estudos culturais, em diálogo com a literatura sobre desenvolvimento urbano e regional. Baseia-se em revisão de literatura e análise documental. Os resultados apontam para as fissuras sociais existentes na cidade e os projetos distintos de sociedade.

### PALAVRAS CHAVE

Carnaval; Identidade; Culturas Populares; Direito à cidade.

---

<sup>1</sup> Professora Pesquisadora dos Programas de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional em em Letras e dos cursos de Comunicação Social da Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC). Doutora em Comunicação Social (PUCRS), pós-doutoramento em Comunicación y Información (UCU-Uruguaí). Correio eletrônico: angelafe@unisc.br

<sup>2</sup> Mestranda em Desenvolvimento Regional, Universidade de Santa Cruz do Sul. Correio eletrônico: verushkagxavier@gmail.com

## **Street Carnival in dispute in Santa Cruz do Sul/RS**

### ABSTRACT

Carnival is part of popular culture in Brazil. However, in some regions of the country, this party is not given as much prominence as in others. In the municipality of Santa Cruz do Sul, in Vale do Rio Pardo/RS, the traditional street carnival, with samba schools and blocks, is the subject of disputes between carnival clubs, the government, and the private sector. This article discusses these disputes through the analysis of the *two street carnivals* that take place in town: the one known as *Descida da Júlio*, which initially emerges as an act of resistance to changes in the traditional street carnival proposed by the local government; and the one known as *Bailinho de Carnaval da Borges*, the result of an innovative initiative of local business owners. These two alternatives are analyzed as a means to discuss tensions in the cultural context, through the main national popular festival, having as background matters related to identity and the right to the city. This article follows the theory of cultural studies, in dialogue with the literature on urban and regional development. It is based on literature review and document analysis. The results indicate existing social fissures in the municipality and different society projects.

### KEYWORDS

Carnival; Identity; Popular cultures; Right to the city.

## **Carnaval callejero en disputa en Santa Cruz do Sul/RS**

### RESUMEN

El carnaval es parte de la cultura popular en Brasil. Sin embargo, en algunas regiones la fiesta no tiene tanta prominencia como en otras. En la ciudad de Santa Cruz do Sul, ubicada en el Vale do Rio Pardo/RS, el tradicional carnaval callejero de escuelas y cuadras de samba es objeto de disputas entre sociedades carnavalescas, Estado e iniciativa privada. El artículo discute estas disputas a través del estudio de los *dos carnavales* callejeros que tienen lugar en la ciudad, uno, *Descida da Júlio*, que surge inicialmente como una resistencia a los cambios en el tradicional carnaval callejero propuesto por el ayuntamiento. Otro, *Bailinho de Carnaval da Borges*, que nació de la innovación de los empresarios locales. Estas dos alternativas se analizan como una forma de discutir las tensiones en el ámbito cultural, a través de la principal fiesta popular nacional, con cuestiones de identidad y el derecho a la ciudad del fondo. El artículo se guía por la teoría de los estudios culturales, en diálogo con la literatura sobre desarrollo urbano y regional. Se basa en la revisión de la literatura y el análisis de documentos. Los resultados apuntan a las fisuras sociales existentes en la ciudad y los diferentes proyectos de sociedad.

### PALABRAS-CLAVE

Carnaval; Identidad; Culturas Populares; Derecho a la ciudad.

## Introdução

As festas culturais são um dos espaços de vivência da cultura, são manifestações que põem em circulação saberes materializados em práticas sociais tradicionais, que reforçam identidades e agregam os sujeitos de uma coletividade e, mais recentemente, incorporaram o aspecto de alavancagem econômica nos locais em que ocorrem. Desde ao menos a década de 80, festas representativas da cultura brasileira ganharam força por meio de políticas públicas de Estado ou fomento privado, reconhecidas seja como lugares de coesão social, manutenção de tradições e de recurso econômico ao desenvolvimento das regiões. A maioria das festas culturais brasileiras tem base nas culturas populares e participação dos setores populares, por meio de suas organizações representativas.

O carnaval é uma manifestação presente em todo país, eleito para representar a cultura nacional por parte das políticas culturais de Estado do século XX, assim como tem sido vivenciado intensamente pelos diferentes setores, dos populares aos hegemônicos. Originalmente representa um momento de liberação das tradicionais regras sociais, de “eternos rituais de inversão, momentos universais de suspensão de conflitos e regras, ou de fusão de diferenças em uma única torrente burlesca, ou satírica (...)” (CUNHA apud VOGT, 2011, p. 11). A manifestação espontânea tornou-se também uma atração rentável no que se refere ao turismo nacional, atraindo visitantes do mundo todo ano, em fevereiro, para as principais capitais carnavalescas, representadas pelo Rio de Janeiro, Recife e Salvador. Estimativa da Confederação Nacional do Comércio para a folia de 2020 era que de que o carnaval iria movimentar oito bilhões de reais (MARCADO PELO..., 2020).

No Sul do Brasil, especificamente no Rio Grande do Sul, o carnaval acontece com menos força na comparação com outras regiões, provável que pela hegemonia das culturas europeias na constituição das identidades da região. Outras festas culturais ganham mais destaque, como as gauchescas, as oktoberfests e as festas de colheita, de base europeia. Mesmo assim, o carnaval acontece em todos municípios, dos bailes em salões de organizações recreativas e sociais (clubes) aos desfiles de escolas e blocos de rua. No entanto, em muitos lugares tem ocorrido em meio a tensões, que vão do questionamento ao apoio público e privado, à retirada ou manutenção da festa na rua e ao acesso amplo ou restrito dos participantes.

A região Sul do Brasil foi ocupada por populações de origens diversas, que foram formando este território na sucessão de tempos históricos. Mesclam-se formações autóctones indígenas, açoriana, portuguesa, africana, germânica, italiana, polonesa, ucraniana, árabe, russa, japonesa e, mais recentemente, angolana, haitiana e venezuelana. Um caldo cultural variado compõe a cultura regional, resultado da tensão de modos de vida distintos, que resultam em manifestações regionalmente localizadas ou associadas a grupos sociais específicos, algumas se hibridizando e resultando em expressões culturais do território. Além das expressões culturais do território, acomodam-se manifestações da cultura nacional e influências externas, decorrentes da cultura global.

Na região do Vale do Rio Pardo<sup>3</sup>/RS, o Carnaval é realizado com intensidades distintas nos municípios que compõem a região. Alguns mantêm a tradição dos desfiles de rua, com blocos e escolas de samba, outros realizam bailes em sociedades recreativas, com significativa adesão da população. Em Santa Cruz do Sul, município mais populoso e com centralidade regional, o Carnaval de salões tem arrefecido no decorrer das últimas duas décadas. Já o de rua tem sido palco de disputa entre os grupos que originalmente o vivenciam, representados pela sociedade recreativa e pelo movimento negro, e o poder público municipal e as representações comerciais.

A história do Carnaval de Santa Cruz do Sul registra atividades de rua e bailes desde as primeiras duas décadas do século XX, inclusive atividades na área rural (VOGT, 2011). Ao longo do tempo, o carnaval foi sendo organizado de modo a que todas sociedades recreativas da cidade ofereciam bailes adultos e infantis, com tradição de blocos e concursos de rei, rainhas, fantasias e blocos. De modo semelhante, o carnaval de rua foi sendo articulado a partir das escolas de samba, também ligadas aos clubes sociais negros e às associações de bairros<sup>4</sup>. No entanto, nos últimos anos o carnaval em clubes perdeu a força a ponto de

---

<sup>3</sup> A caracterização completa da região, com dados demográficos, econômicos, sociais e político-administrativos pode ser encontrada em Petry; Silveira (2017).

<sup>4</sup> Tradicionalmente promovem e integram os desfiles de rua a Sociedade Cultural Beneficente Escola de Samba Imperatriz do Sol (Bairro Faxinal Velho), Sociedade Cultural e Recreativa Unidos de Santa Cruz (Bairro Senai/Pedreira), Grêmio Recreativo e Beneficente Escola de Samba SER Esperança (Bairro Senai), Sociedade Cultural e Recreativa Mocidade Imperial (Bairro Harmonia), Sociedade Recreativa, Cultural e Beneficente 13 de Maio (Bairro Bom Jesus), Império da Torrano (Bairro Menino Deus), Sociedade Cultural e Beneficente União (a única escola da região central), Império da Zona Norte (Bairros Universitário, COHAB, Várzea e Navegantes), Academia de Samba Bom Jesus (Bairro Bom Jesus) e Imperadores do Ritmo (Bairro Universitário), agremiações de bairros periféricos da cidade. (SILVA; ROSA, 2016).

praticamente inexistir. E o de rua teve oscilações no formato, ora alterado para bailes ao ar livre num parque da cidade, ora em desfiles por ruas centrais cidade. As mudanças estiveram relacionadas ao maior ou menor apoio na organização e financiamento público da festa. O tradicional desfile de rua deixou de acontecer desde 2017, sendo que em 2020 iria ocorrer, porém foi cancelado quase às vésperas, devido à pandemia do novo coronavírus atingir o Brasil.

Como reação à inconstância do apoio público ao carnaval de rua, os carnavalescos criaram em 2017 a *Descida da Júlio*, uma marcha que ocorre no centro da cidade numa noite, no período do carnaval, que seguiu sendo realizada nos anos subsequentes, com exceção de 2021 por conta da pandemia. Em 2019, organizações de comerciantes de outra área central da cidade, onde se localizam bares, restaurantes e hotéis, criaram o *Bailinho de Carnaval da Borges*, que ganhou adesão da prefeitura, da associação comercial e do Serviço Social do Comércio (SESC), também acontecendo numa noite, em fevereiro ou em março, com o fechamento de parte de uma rua para os festejos.

Com base em revisão bibliográfica e análise documental de materiais publicados na imprensa regional, o artigo observa os dois acontecimentos empíricos relacionados ao carnaval no município: *Descida da Júlio* e *Bailinho de Carnaval da Borges*, com o recorte temporal nos últimos cinco anos, período justificado pela não realização do desfile de rua e criação das duas expressões de carnaval analisadas no artigo.

Destarte, a festa popular mais representativa da cultura brasileira e sua ocorrência particular numa cidade é tomada para compreender a construção da hegemonia por meio da cultura, mobilizando questões ligadas às culturas populares e o direito a cidade.

## **Cultura e desenvolvimento**

A cultura está ligada à identidade do sujeito e esta é subjetiva. A identidade surge do diálogo entre conceitos e definições que são representados pela cultura, as identidades sociais são construídas com o auxílio da mesma. Para Lago e Rotta (2017), ao considerar a cultura, questões históricas, tradicionais, religiosas, políticas, econômicas, institucionais, normativas não podem ser negligenciadas. A cultura de uma sociedade também é influenciada pela cultura dos grupos dominantes naquela sociedade, assim como os setores populares.

Portanto, as dimensões do conflito, da dominação, das contradições e das resistências existem.

Uma revolução cultural foi instalada ainda no século XX através do uso de tecnologias e informação e possibilitou que os meios de produção e distribuição das culturas fossem expandidos de maneira global e promovessem a permuta entre as sociedades (HALL,1997). O que permitiu que as pessoas tivessem mais acesso às informações sobre a diversidade de culturas globais. Esse amplo acesso também promoveria uma tendência à homogeneização da cultura, principalmente a partir da cultura ocidental. Contudo, a cultura precisa de diferença e ela se realiza na medida em que ocorrem os hibridismos culturais, ou seja, a cultura herdada de forma tradicional e que é renovada constantemente. Os estilos de vida foram modificando ao longo do tempo e a cultura também (HALL,1997).

A revolução cultural discutida por Hall aconteceria por meio da linguagem e da representação e dependeria de análise social. A cultura passou a ser debatida em diversas esferas. Hall afirma que toda prática social revela uma relação e dependência com o significado. Desse modo, além do idealismo cultural, há o caráter discursivo e que gera uma prática política. A forma como as coisas são definidas politicamente é que determinarão os tipos de relações, ou seja, o político também possui uma dimensão cultural. Os governos, assim como outros agentes, exercem esse controle através da regulação e impondo o poder do Estado sobre a cultura. Esse poder se manifesta quando o Estado influencia e controla as práticas culturais através de leis do mercado, principalmente quando se trata de economia e o avanço da livre iniciativa.

Pelo menos até meados do século vinte, cultura popular foi conceituada pela sua oposição, ou seja, o que não era, a cultura letrada. Também fazia parte dessa conceituação o fato de que se poderia identificar seu público como popular e que as expressões culturais seriam populares (CHARTIER, 1995). Estas afirmações foram questionadas a partir do momento em que a literatura ou religião popular não seriam diferentes daquelas praticadas pela elite, cujo modelo é reproduzido através da dominância de seu poder. Apenas o compartilhamento se faz por meios sociais diferentes. Conforme Chartier, para compreender a cultura popular é preciso intentar que existem campos de força entre grupos dominantes e dominados, onde os dominados aceitam as imposições dos dominantes por haver subordinação, no sentido que sua cultura seria inferior ao dos dominantes. A cultura popular



de grupo dominante não é definida pelo que ela renuncia, ao contrário do grupo dominado. Canclini (2010) entende o popular como definido pela exclusão, porque se refere aos que não possuem patrimônio; aos artesãos, que não são considerados artistas; e aos espectadores de culturas em massa, que não teriam condições de avaliar uma obra de cultura elitizada. Porém, para o autor, o popular não está mais somente nas mãos dos setores populares, nem na escala da comunidade.

Por sua vez, Ortiz (2008) afirma que estudos sobre cultura e desenvolvimento manifestam reiteradas queixas de que os bens culturais não são priorizados pelo pensamento econômico, que não há políticas governamentais adequadas e suficientes para a cultura e que a mesma tem abrangência superior à arte. Yúdice (2006) entende que a cultura foi expandida para as áreas da economia e política. A economia cultural é também política, pois adota leis que fazem o seu regulamento. A cultura pode ser um meio de indução do desenvolvimento, pois gera postos de trabalho diretos e indiretos e coloca em circulação recursos e investimentos, assim como ocorre em atividades econômicas mais tradicionais (GUERRA; SILVA, 2012). Mas ainda está pouco presente nas políticas públicas, nas diferentes escalas, e do mesmo modo não tem espaço significativo na agenda de pesquisa dos estudos sobre desenvolvimento (FELIPPI, 2020).

Lago e Rotta (2017) afirmam que o verdadeiro impacto da cultura sobre o desenvolvimento acontece na medida em que há reflexos no modo de vida, de pensar e agir das pessoas. *Vender* elementos culturais para gerar desenvolvimento não reflete a importância da cultura, pois esta vai além do aspecto econômico e está imbricada nas pessoas e nos modos de vida. Esta comercialização é algo a ser considerada em planos de desenvolvimento, mas não somente isso. A cultura não é apenas uma variável do desenvolvimento. Ela é parte de outros elementos, como lembra Ortiz (2008), vinculados a aspectos econômicos, tecnológicos, políticos, culturais e ambientais, que passaram a ser considerados pelas sociedades urbano-industriais.

Desde as últimas décadas do século passado, cultura emergiu como uma possibilidade nos processos de desenvolvimento, seja pelo caminho da economia da cultura, seja como recurso simbólico articulador das potencialidades humanas. Yúdice (2006) problematiza esta condição de *conveniência* como mecanismo propulsor do desenvolvimento. Turismo, gastronomia, eventos são acionados a partir de seu potencial gerador de desenvolvimento

sobretudo econômico em dimensões regionais quando transformados em produtos (LAGO; ROTTA, 2017). Iniciativa privada, Estado e sociedade interagem na transformação da produção cultural também atividades econômicas.

## **Recortes da cultura em Santa Cruz do Sul**

É na cidade que a vida urbana acontece, nos fluxos de pessoas, informações, ideias, culturas e que, por serem heterogêneas, exprimem obrigatoriamente uma diversidade, num processo constante de mutação. Algumas manifestações culturais têm no espaço urbano seu lugar. É o caso do carnaval, que além de urbano, marca-se pela ocupação do espaço público da rua, é o caso em discussão neste artigo, sobre Santa Cruz do Sul.

O município situado na região central do Rio Grande do Sul, distante 151 quilômetros da capital Porto Alegre, foi colonizado por imigrantes germânicos no final do século XIX. Porém outras etnias compuseram a formação do espaço urbano, com destaque para os indígenas, africanos e portugueses. Ainda, durante o século XX, decorrente da presença do complexo agroindustrial do tabaco no município com um conjunto de empresas multinacionais (hoje transnacionais), a diversidade populacional se intensificou, tanto com a migração de trabalhadores atraídos pelo complexo e por empregos no comércio em expansão, como pela presença de estrangeiros ocupantes de cargos executivos e técnicos destas organizações.

Outro componente importante na diversidade regional foi a instalação no final do século passado da Universidade de Santa Cruz do Sul e mais recentemente de outras instituições de ensino superior, promovendo migrações regionais pendulares ou permanentes. Do mesmo modo, podemos destacar as levadas contemporâneas de imigrantes e refugiados, que têm vindo para o Vale do Rio Pardo, entre os quais se destacam haitianos, angolanos e venezuelanos. Apesar da diversidade, há predominância no município de uma narrativa da germanidade, que gera um efeito de homogeneidade cultural. Da historiografia regional, aos marcadores arquitetônicos urbanos (pórticos, monumentos, parques, praças e outras), e às festas culturais mais destacadas, aos discursos das instituições (mídia, escola), há um movimento insistente de construção da predominância germânica.

O município com 131 mil habitantes, segundo estimativa do IBGE Cidades (2020), se caracteriza pela predominância do setor de serviços, porém tem uma forte relação com as

atividades primária e industrial, uma vez que tem presença do complexo industrial do tabaco, que tem sede nacional na região, com o maior parque industrial em Santa Cruz do Sul. Ao longo das últimas três décadas o município tem se marcado pela realização de eventos. O de maior público e visibilidade é a Oktoberfest, que na última edição, de 2019<sup>5</sup>, teve 400 mil participantes, uma movimentação estimada em 7,4 milhões de reais e um resultado financeiro positivo de 1,6 milhão de reais (Presidente da 36°..., 2020). Na sequência estão o Encontro de Tradições Gaúchas, a etapa local da StockCar, o Rodeio Crioulo Estadual de Santa Cruz, a Festa das Cucas, a Romaria ao Santuário de Schoenstatt e o próprio Carnaval de rua. Em períodos anteriores à pandemia, o município comportava ao menos um evento estadual ou regional por final de semana.

Segundo orientações de políticas públicas das décadas de 2000 e 2010, a cultura tem sido objeto de certa atenção do poder público municipal, com a criação em 2019 da Secretaria Municipal de Cultura, do Conselho Municipal de Cultura e o Fundo Municipal de Cultura. Cabe à secretaria, instituída em 2019, promover oportunidades de acesso à cultura.

É por meio da Secretaria de Cultura que a prefeitura participa das atividades culturais, em especial o fomento a eventos, da Oktoberfest ao carnaval. A dinâmica de festas se intensifica e ocupa o calendário do município no contexto de ascensão da festa cultural no Brasil por volta dos anos de 1980. Consoante com as diretrizes mundiais de valorização dos patrimônios materiais e imateriais, os eventos culturais passam a ser um recurso econômico e simbólico importante para escala que vão da municipal à nacional. No caso das cidades, começa a se desenhar um fenômeno que mais adiante vai se compreender como sendo a mercantilização da cidade, a transformação da cidade num produto, como estudou Almeida (2019) a respeito da cidade de Porto Alegre.

Nesta linha, Santa Cruz do Sul elege a Oktoberfest como seu principal evento, que recebe mais atenção dos poderes, se alonga mais, ocorre ininterruptamente e serve como marcador identitário da cidade. A Oktoberfest serve de contraponto à atenção dada ao carnaval, e ilustra o tratamento dado a ambas: a primeira tem um parque destinado à sua realização, tem significativo apoio por financiamento, patrocínio, infraestrutura e pessoal. A Oktoberfest, por exemplo, é anual e tem duração de onze dias. Sua importância na economia e no fortalecimento da identidade do município tem sido atestados em trabalhos anteriores

---

<sup>5</sup> Em 2020 e 2021 foi suspensa em decorrência da pandemia no Covid-19.

(SEHN, 2000). A cidade tem um parque para sua realização (Parque da Oktoberfest), monumentos associados à festa (bonecos do Fritz e Frida no trevo de entrada na cidade) e recebe uma decoração pública em todo centro da cidade e no comércio por ocasião de sua realização. Num comparativo, o carnaval de rua quando em quase todas edições tem de uma a duas noites, tem menos recursos empenhados e menos visibilidade pública. Na cidade, não são encontrados monumentos públicos alusivos à festa ou à cultura afro-brasileira, que lhe dá base.

### Os *novos* carnavais de Santa Cruz do Sul

Moreira e Barros (2009) dizem que a memória faz parte do processo e práticas culturais. Destacam que lembrança e memória são conceitos diferentes, pois, o primeiro é a sobrevivência do passado, em fatos isolados. Já a memória é um hábito, ou seja, está presente no dia a dia dos indivíduos e grupos, sendo relevante explicar que é preciso levar em consideração os quadros sociais da memória, na forma das classes, também reunindo os processos de identificação e identidade. Se a classe social determina o tipo e a qualidade da memória, obviamente o Carnaval tem significado diferente para classes ou grupo sociais.

Ao reconstruir o passado, ressignificar o presente e antecipar o futuro, a memória nasce dos valores demandados pelo presente. Sendo dinâmica e afetada pelos sentidos, a memória existe nas cidades em lugares como os museus, monumentos e centros históricos e auxilia na concretização de uma identidade para os grupos culturais (MOREIRA; BARROS, 2009). O carnaval é uma manifestação cultural de origem africana e europeia, um hibridismo a partir de duas matrizes culturais, que gera uma festa com uma originalidade brasileira. Apesar de presente nas diferentes camadas sociais, configurou-se aqui como uma festa popular e negra, notadamente realizada a partir de clubes sociais negros ou associações de comunidades ou bairros em que boa parte da população se identifica com as culturas de matriz africana. Portanto, os sentidos do carnaval vão muito além de um momento de lazer, de interrupção da rotina anual, para se constituir lugar de rememorar uma tradição, uma formação cultural do Brasil, bem como os hibridismos constitutivos da cultura nacional. Um local de acionamento de memória do passado e construção de memória de futuro.

## Metodologia

Esta análise traz uma pesquisa qualitativa e exploratória que se vale de duas técnicas de coleta e tratamento de dados, a pesquisa bibliográfica e a pesquisa e análise documental. A pesquisa bibliográfica foi realizada em referências teóricas sobre cultura, identidade, formação sociocultural e econômica da região do Vale do Rio Pardo e desenvolvimento urbano e regional, uma vez que a pesquisa se situa na área do Planejamento Urbano e Desenvolvimento Regional, no tema cultura e desenvolvimento.

A pesquisa documental se baseia em notícias produzidas e divulgadas pela imprensa regional. As notícias são importantes construtores da realidade presente e criadoras de memória. Por se assentarem no paradigma da referencialidade da língua, ou seja, na convicção de que devem fidelidade ao real e que a linguagem é capaz de garantir a objetividade, são produzidas para que causem esse efeito de realidade<sup>6</sup>. A notícia dá a conhecer à sociedade sobre os fatos por meio de construções narrativa sobre os mesmos, criando elos sociais. Portanto, justifica-se a tomada dos recortes noticiosos para compreender por meio das vozes sociais presentes nas notícias a disputa pela realização do carnaval de rua em Santa Cruz do Sul. Somado ao efeito de fidelidade ao real que as notícias procuram causar, tem-se na contemporaneidade uma centralidade ímpar da comunicação mediada e midiática.

Dito isso, são utilizadas notícias dos últimos cinco anos publicadas sobre o carnaval em Santa Cruz do Sul, extraídas de dois portais de notícias: o Portal Arauto e o Portal Gazeta. Justifica-se a escolha dos portais a) por se tratarem de mídias sediada (Gaz) ou com sucursal (Arauto) em Santa Cruz do Sul, cuja cobertura jornalística privilegia Santa Cruz do Sul; b) por pertencerem aos dois dos três grupos de comunicação regional, tendo certa tradição, credibilidade e circulação regional; c) pela potencialidade de acesso amplo da mídia portal<sup>7</sup>; d) por terem realizado a cobertura dos carnavais. Ambos portais têm conteúdo aberto, sendo que o Portal Gaz permite um número limitado de visitas gratuitas por dia e o Portal Arauto não oferece limites para a leitura.

---

<sup>6</sup> Cabe destaque que este paradigma norteia, especialmente, a mídia que se dedica à cobertura factual e diária. Em reportagens e outros gêneros mais “literários” e com menos compromisso com a factualidade, o Jornalismo incorpora a discussão sobre a capacidade de referencialidade da língua

<sup>7</sup> A pesquisa TIC Domicílios (2019), do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (CETIC) aponta para a posse de aparelhos celulares ou smartphone em 93% dos domicílios e para o acesso à internet em 71%.

As notícias foram selecionadas a partir de pesquisas em mecanismos de busca no Google, com as palavras chaves: *Portal Arauto + carnaval de rua + Santa Cruz do Sul* e *Arauto + carnaval + Santa Cruz do Sul*, obtendo, respectivamente, 19 e 21 notícias que tratam sobre os festejos do carnaval no município. E *Portal Gaz + carnaval de rua + Santa Cruz do Sul* e *Portal Gaz + carnaval + Santa Cruz do Sul*, chegando a 11 e 23 notícias, respectivamente, sendo que algumas notícias são comuns aos dois tipos de busca em cada portal. As notícias ficam dentro do corte temporal de 2017 a 2021. Tem-se compreensão dos limites metodológicos desta busca, porém como a pesquisa foi realizada durante a pandemia, a visita às redações dos respectivos portais para ampliação do corpus a partir dos arquivos de mídia não foi possível por medidas sanitárias<sup>8</sup>.

A análise dos documentos considerou texto e fotos, sendo que foi realizada uma análise textual, buscando a compreensão dos conteúdos presentes nas notícias relacionados à problemática exposta no artigo. As fotografias que compõem as notícias são acionadas muito como recurso ilustrativo das representações imagéticas sobre a *Descida da Júlio* e o *Bailinho de Carnaval da Borges*.

## **Análise**

Em Santa Cruz do Sul, ao que expõe os documentos estudados, no período selecionado há uma disputa ano a ano em torno do carnaval de rua. Ao que indica a análise das notícias, o debate é exposto: a) no questionamento do financiamento público; b) na discussão sobre local de realização; c) na discussão sobre o formato do carnaval de rua. Os questionamentos explicitados tensionam outros aspectos que permanecem implícitos: a) a importância do fomento à manifestação da cultura negra; b) a expressão desta cultura no espaço público e o acesso irrestrito deste espaço.

Em 2017, a prefeitura municipal propõe a não realização do carnaval de rua no formato de desfiles de rua, oferecendo infraestrutura, retirando o repasse e tornando o evento fechado e com venda de ingressos:

---

<sup>8</sup> Destaca-se que as autoras vivenciam a realidade estudada enquanto sujeitos da região, tendo sua compreensão composta também por esta vivência, baseada em observação não sistemática do fenômeno estudado.

Segundo o secretário municipal de Desenvolvimento Econômico, Turismo, Ciência e Tecnologia, Léo Schwingel, com o novo formato “ganham as escolas de samba, o município e a comunidade santa-cruzensense”. A prefeitura organizará a infraestrutura para acomodar o público participante, porém ao invés de repassar recursos financeiros para as escolas em um momento de crise econômica, vai possibilitar que as agremiações arrecadem com parte da bilheteria das quatro noites de diversão.

O objetivo, entretanto, conforme Léo, é que o evento seja autossuficiente financeiramente já a partir deste ano. (CARNAVAL DE SANTA CRUZ..., 2017)

A maior festa popular do Brasil será, em 2017, diferente em Santa Cruz do Sul. Ao invés de uma só noite de folia, serão quatro noites de muito samba no pé no Carnaval da Santinha. Uma parceria entre a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Turismo, Ciência e Tecnologia (SMDTCT) e a Associação de Entidades Carnavalescas de Santa Cruz do Sul já começa a dar forma a este novo formato.

Em lugar do tradicional desfile das escolas de samba do município, o Parque da Oktoberfest abrirá seus portões nas noites de 25 a 28 de fevereiro para grandes bailes no pavilhão central, no pavilhão 2 e em uma estrutura montada entre os dois pavilhões. (BAILES VÃO SUBSTITUIR ...2017)

A proposta de outro formato para o carnaval de rua não respondeu totalmente às expectativas de todas as associações carnavalescas. E a disputa pelos desfiles de rua segue nos anos seguintes.

O impasse sobre a realização do Carnaval em Santa Cruz do Sul ganhou um novo capítulo. Em 2017, os desfiles não foram realizados e, neste ano, a festa corre o risco de não acontecer novamente. Em reunião, nessa quinta, 4, ficou definido que o evento não seria promovido.

Em entrevista à *Rádio Gazeta* na manhã desta sexta-feira, 5, o presidente da Associação de Entidades Carnavalescas, Fábio Nunes, afirmou que o valor de patrocínio anunciado pela Prefeitura na edição desta sexta da *Gazeta do Sul*, não é mesmo valor que foi tratado anteriormente. "Na reunião, não ouvimos do secretário que havia R\$ 85 mil. Nós só vimos essa proposta quando lemos no jornal. Falando com os outros presidentes de escolas de samba, podemos aceitar esse valor. Se mantiverem a proposta que está no jornal, vai acontecer Carnaval." (ENTIDADE SUGERE..., 2018, destaque do portal)

Em 2020 o carnaval de rua tradicional, com desfiles, tem previsão de voltar a ocorrer, depois de três anos interrompido. Porém a festa é precedida por negociações entre promotores<sup>9</sup>:

A Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Sul quer que a Associação de Entidades Carnavalescas de Santa Cruz do Sul assumira parte dos custos do projeto para realização do Carnaval de Rua 2020. O acordo foi feito nesta segunda-feira, 20, em reunião entre representantes das escolas de samba Imperatriz do Sol, Unidos de Santa Cruz, Imperadores do Ritmo e Acadêmicos do União. O

---

<sup>9</sup> Embora previstos para acontecer em março de 2020, os desfiles não ocorreram por conta da suspensão de atividades desta natureza por conta do início da pandemia no Brasil.

encontro ocorreu na Secretaria Municipal do Desenvolvimento Econômico e Turismo.

O secretário municipal de Cultura, Edemilson Severo, diz que a ideia é arrecadar valores junto aos pontos de venda de bebidas e alimentos, assim como pela cobrança de ingressos para os desfiles, que, se forem confirmados, ocorrerão no Parque da Oktoberfest. (PREFEITURA DE SANTA CRUZ ..., 2020)

A escola de samba Acadêmicos do União, a mais tradicional do Carnaval de rua de Santa Cruz do Sul, desistiu do desfile programado para o próximo dia 21. Alegando inconformidade com as regras do evento, organizado pela Secretaria Municipal de Cultura, a agremiação decidiu não participar do desfile. Apenas as escolas Imperatriz do Sol e Imperadores do Ritmo devem desfilarem no Parque da Oktoberfest.

A escola de samba é a segunda a desistir do desfile. A Unidos de Santa Cruz, do Bairro Bom Jesus, havia informado ao Município que não participaria do Carnaval de rua programado para o sábado, dia 21. (UNIÃO DESISTE..., 2020)

O desgaste e a suspensão dos desfiles levaram à criação de um carnaval de rua alternativo ainda em 2017 pela Sociedade Cultural Beneficente União, ou Uniãozinho, o clube social negro da cidade. As notícias esboçam o descontentamento das entidades carnavalescas. A *Descida da Júlio* buscou chamar a atenção do público frente ao cancelamento dos desfiles, assim como proporcionar um espaço para a comemoração do carnaval.

Inspirada na Descida da Borges, de Porto Alegre, e motivada pela ausência de desfiles de rua de Carnaval em Santa Cruz do Sul, a Escola de Samba Acadêmicos do União promoveu, na noite de sábado, a 1ª Descida da Júlio. Mais de 400 pessoas aderiram ao movimento, que teve como objetivo protestar em favor do formato tradicional da folia e contra a imposição da mudança feita pelo governo municipal. (1º DESCIDA DA JÚLIO..., 2017).

A *Descida da Júlio* aconteceu de 2017 a 2020, e consistiu na concentração de carnavalescos num ponto central da cidade, na rua Júlio de Castilhos e posterior “descida” por esta mesma rua até a sede do Clube Uniãozinho, onde segue um baile de carnaval. O percurso é festivo, com presença de escolas, blocos e foliões em geral, animados pela bateria. Em data anterior à descida, há a escolha da soberana da festa.

Registros da primeira edição na imprensa apontam o público de 400 foliões, em 2017; mil, em 2018; subindo a 2500 pessoas, em 2020. As manifestações dos carnavalescos e seus representantes nas notícias analisadas dão conta de necessidade de manter a cultura negra viva por meio deste evento. A Figura 1 registra uma imagem do evento, publicada no Portal Arauto.



**Figura 1** - *Descida da Júlio* - edição 2018



**Fonte:** Portal Arauto (*Descida da Júlio...*, 2018).

A partir do segundo ano, o evento passou a contar com a parceria da Associação das Entidades Carnavalescas de Santa Cruz do Sul. No ano seguinte, a terceira edição da *Descida da Júlio* teve a participação de todas as escolas de samba do município de Santa Cruz e também da Escola de Samba Embaixadores do Ritmo, que foi a campeã do Carnaval de Rio Pardo, cidade vizinha e reconhecida pela tradição e qualidade dos desfiles de Carnaval de rua.

Na quarta edição do evento, em março de 2020, o número de participantes aumentou expressivamente, registrando presença de foliões de cidades vizinhas. Em 2020, o festejo recebeu o Prêmio de Culturas Populares da Secretaria Especial da Cultura do Ministério da Cidadania, referente ao edital de 2019, e assim teve o patrocínio de R\$20.000,00 (vinte mil reais) para a realização da festa e esse recurso auxiliou a promoção do evento. A Figura 2 traz registro do evento.

**Figura 2** - *Descida da Júlio* - edição 2020.



**Fonte:** Portal Arauto (Fotos: Descida da Júlio..., 2020b).

A segunda manifestação de carnaval de rua objeto deste artigo, o *Bailinho de Carnaval da Borges*, foi criado em 2019. Promovido pela prefeitura, empresas locais e Serviço Social do Comércio (Sesc) também iniciou no formato, consistindo num arranjo de setores econômicos promotores e sendo realizado numa rua fechada para o evento, no centro da cidade. No primeiro ano, o *Bailinho da Borges* atraiu o público da região mais central de Santa Cruz do Sul. É de se supor que canalizou o antigo público dos bailes de clubes. A divulgação do evento sugere um público outro que não o que tradicionalmente participa do carnaval de rua.

Carnaval de Santa Cruz terá bailinho para a família na Borges [título]  
Santa Cruz do Sul não terá desfile de escolas de samba neste ano, mas haverá um baile para resgatar os blocos e marchinhas no dia 23 de fevereiro, entre 17 horas e meia-noite. “Será um Carnaval democrático e de família. As pessoas poderão brincar e se divertir, tirar as fantasias do armário”, afirma o ator Rafael Tombini, que procurou o Sesc para apresentar a proposta. (CARNAVAL DE ..., 2019)

A folia envolveu a concentração de pessoas numa quadra da rua Borges de Medeiros, fechada para veículos, onde bares e restaurantes atendem ao público e há música carnavalesca. Na primeira edição houve a participação de seis mil foliões (SEGUNDA

EDIÇÃO..., 2020). Assim como a *Descida*, o *Bailinho* ocorre num único dia, começando às 17 horas e finalizando a meia-noite, tendo escolha do rei e da rainha do baile, além de concursos de fantasias nas categorias adulto e infantil. A figura 3 mostra o registro do evento.

**Figura 3 - Bailinho da Borges - edição 2019.**



Fonte: Portal Gaz (SEGUNDA EDIÇÃO..., 2020).

Na segunda edição do *Bailinho da Borges*, o público foi estimado em doze mil foliões (SEVERO, 17/02/2020, p. 4), que se expandiram para quadras adjacentes da original da primeira edição. O evento, além de música, ofereceu venda de acessórios, lanches, cervejas artesanais e outras bebidas, ampliando não apenas em número seu público, atraindo moradores dos bairros mais distantes, público mais tradicional do carnaval de rua. Para o ano de 2021, os organizadores tinham a expectativa de fazer um evento com roda de samba e chorinho (SEVERO, 17/02/2020, p.4).

Purpurina, confetes, fantasias e alegria para todos os lados. É em clima de colorido, festa e ao som das marchinhas que a rua Borges de Medeiros, em Santa Cruz do Sul, recebe milhares de foliões neste sábado (15). Esta é a segunda edição do Bailinho de Carnaval da Borges, que tem como objetivo reunir aqueles que permanecem na cidade e não viajam nesta época do ano,

bem como levar o público às ruas, resgatando a tradição dos antigos blocos de amigos e famílias.

Teve quem preferiu ir bem caracterizado, caprichando na fantasia e na maquiagem. Outros mais discretos, apostaram nos adereços. Teve também aqueles que foram com a família, os amigos, ou com os blocos, esbanjando criatividade nas fantasias e nas camisetas. Todos caem na folia, aproveitando além da música, opções em gastronomia, bebidas, acessórios, maquiagens, além de entretenimento para a criançada. (FOTOS: MARCHINHAS..., 2020a)

Na figura 4 pode ser visualizado o registro do evento de 2020.

**Figura 4** - *Bailinho da Borges* - edição 2020



Fonte: Portal Gaz (FOTOS: Bailinho...,2020c).

Precisa-se destacar que ambos os eventos foram de acesso abertos e gratuitos, mas com motivações diferentes. A *Descida da Júlio* tinha originalmente o propósito da demonstração de resistência dos membros de escolas de samba do município a frequente cancelamento dos desfiles e da manutenção de um espaço público e franqueado e no centro da cidade para o carnaval. Concreta e simbolicamente representa a ocupação do centro pelo carnaval das associações carnavalescas e clubes sociais negros. As imagens ilustram sobre o público e a dinâmica da festa (FIGURAS 1 e 2).

O *Bailinho da Borges*, por sua vez, recupera o espaço perdido dos clubes tradicionais do centro da cidade, dado parte do público que o frequenta, como indicam as imagens (FIGURAS 3 e 4). Ainda, expandem os formatos dos carnavais tradicionais, dos desfiles e dos bailes, para outras maneiras de fazer a folia. No entanto, o *Bailinho* agrega um outro componente, que é uma festa promovida pela iniciativa privada, por meio das choperias e restaurantes do centro da cidade. As choperias são um fenômeno relativamente recente no município, consistem em empresas que produzem cerveja “artesanal” e que têm bares ou *pubs* com sua marca, concentrados em duas quadras da rua Borges de Medeiros. A localização é também a de alguns hotéis e restaurantes e próxima da principal rua de comércio da cidade. As choperias promotoras do *Bailinho* também promovem um festival anual da cerveja e o *Saint Patrick’s Day*.

Importante ressaltar que em março de 2020 houve o início da pandemia do novo coronavírus (COVID-19). O decreto municipal 10.565, de 19 de março de 2020 foi emitido atestando estado de calamidade pública no município em função do coronavírus por 30 dias. Dentre as medidas estava a proibição de aglomeração de pessoas, que seria uma das medidas recomendadas para a prevenção à disseminação do coronavírus. Houve o cancelamento de todos eventos públicos a partir desta data. O *Bailinho da Borges* e a *Descida da Júlio* chegaram a acontecer, pois foram realizados em fevereiro e início de março, respectivamente. Enquanto que o desfile de Carnaval proposto pela prefeitura para acontecer no interior do Parque da Oktoberfest em 21 de março, foi cancelado.

## Considerações finais

Do que foi exposto, depreende-se que existem manifestações de culturas populares no município e que são mais ou menos valorizados, tanto pelo poder público, pela iniciativa privada, pela sociedade organizada e pela população de modo geral. O caso do Carnaval demonstra que esta festa representativa de uma cultura popular de matriz *afro* e europeia, elevada a uma das principais representações da cultura brasileira se mantém na tradição da cidade, como festa urbana presente no calendário. No entanto, sua permanência é resultado de lutas e objeto de disputa.

Os novos formatos de expressão do carnaval de rua manifestos em Santa Cruz do Sul - a *Descida da Júlio* e o *Bailinho da Borges* – indicam resistência e adaptação, respectivamente,

e devem se manter na relação com outras pautas, como a volta ou não do carnaval de rua tradicional com desfile das escolas e blocos para o calendário oficial de eventos do município. Assim como a manutenção da viabilidade e interesse público e privado no caso do segundo evento.

A *Descida da Júlio* corrobora a afirmação de Guerra e Silva (2012) sobre os movimentos sociais pressionarem o Estado quanto à proposição de políticas públicas para a promoção das culturas dos grupos não hegemônicos. Ao se referir às identidades culturais contemporâneas, Costa (2002) escreve sobre sua condição social de construção, apelando para sua natureza mutável e contextual. Diante de poderosos processos de globalização, que carregam outros processos, como a mercantilização das culturas, e promovem a proliferação de identidades culturais segmentadas e diferenciais, vive-se um tempo de tensões e mudanças no campo cultural.

Também se pode falar de algo chamado de identidade experimentada, o que na análise de Costa está próximo do que os integrantes do Uniãozinho vivenciam. O carnaval é a síntese da expressão cultural desta sociedade, e a resistência, uma vez que o clube criado por negros para manterem vivos os seus patrimônios culturais. Por outro lado, Costa aponta para uma identidade designada, que é a atribuída, muitas vezes pela mídia, numa espécie de estereotipização, que no caso do carnaval no município em estudo, o vincularia às classes populares e à população negra, que não representam a cultura e identidade hegemônicas de Santa Cruz do Sul.

Haveria ainda a possibilidade de identidades tematizadas, ou políticas de identidade, que, segundo o mesmo autor, regulam o que se pode ou não fazer de forma ofensiva ou defensiva. O *Bailinho da Borges* de algum modo converge com uma política de identidade, que regula o carnaval, o limita a um espaço controlado por certos setores sociais e o transforma num recurso econômico do desenvolvimento (YUDICE,2006). Nele, há limites para o exercício identitário. Por outro lado, a estratégia da *Descida da Júlio*, enquanto resistência social e cultural, também sujeita à regulação, carrega tanto sua motivação inicial, como pelo vínculo com os sentidos mais originais do carnaval, de subversão da ordem imposta, traz a potência da rebeldia.

Em termos de ocupação da cidade, ambas manifestações demonstram modos distintos de viver a cidade usando os espaços públicos por meio da festa cultural. São arranjos

novos desta manifestação cultural para a cidade em estudo. Essas manifestações, que encontram correlatos em outros locais do país. Num misto de inovação e de recuperação e tradição, expõem tensões antigas relacionadas a tanto quem deve e como ocupar a cidade, bem como o que a ocupação representa em termos identitários para o lugar.

## Referências

ALMEIDA, G. G. F. **Marca territorial como produto cultural no âmbito do Desenvolvimento Regional: o caso de Porto Alegre, RS, Brasil.** Santa Cruz do Sul: Tese (Doutorado em Desenvolvimento Regional) - Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional, Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC), Santa Cruz do Sul, 2018.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas: conflitos multiculturais da globalização.** Rio de Janeiro, Ed. UFRJ. 2010. (capítulos 5 e 6, pág. 205-281).

CETIC - Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros - **TIC DOMICÍLIOS 2019.** Disponível em: <https://cetic.br/pt/tics/domicilios/2019/domicilios/>. Acesso em: abr. 2021.

CHARTIER, Roger. Cultura popular: revisitando um conceito histórico. In: **Estudos históricos.** V. 8, n. 16, RJ, 1995, p. 179-192.

COSTA, Antonio Firmino. Identidades culturais urbanas em época de globalização. **Revista Brasileira de Ciências Sociais;** V. 17; n. 48. Fev/2002. 15-30p

GUERRA, L. D.; SILVA, J.B. Cultura e desenvolvimento: uma visão crítica dos termos do debate. In BRASILEIRO, M.D.S., MEDINA, J.C.C.; CORIOLANO, L.N. (org). **Turismo, cultura e desenvolvimento** [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2012. pp. 195-233.

FELIPPI, A. C. T. Comunicação e desenvolvimento: possibilidades para uma agenda de pesquisa. In SILVEIRA, R. L. L. da.; DEPONTI, C. M. (Org). **Desenvolvimento regional: processos, políticas e transformações Territoriais.** São Carlos: Pedro & João Editores, 2020, p. 215-238.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. Cultura, Mídia e Educação. **Educação & Realidade.** Porto Alegre, v. 22, n 2, p 15-46, jul./dez. 1997.

IBGE Cidades. 2020. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/santa-cruz-do-sul/panorama>. Capturado em 12 mar 2021.

LAGO, Ivan Carlos; ROTTA, Edemar. **Sobre a relação entre cultura e desenvolvimento: alguns apontamentos em defesa do conceito antropológico de cultura.** VIII Seminário Internacional sobre o Desenvolvimento Regional. 13 e 15 de setembro de 2017. Programa de Pós-

Graduação em Desenvolvimento Regional - PPGDR - Mestrado e Doutorado, Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC.

MOREIRA, Fayga; BARROS, José Márcio. Diversidade e identidades: fronteiras e tensões culturais no espaço urbano. **Políticas Culturais em Revista**, 2 (2), p. 50-59, 2009.

ORTIZ, Renato. Cultura e Desenvolvimento. Salvador: **Políticas Culturais em Revista**, 1(1), p. 122-128, 2008.

PETRY, Heitor; SILVEIRA, Rogério (coord). **Plano estratégico de desenvolvimento regional do Vale do Rio Pardo (2015-2030)**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2017.

SEHN, Danúbia. **A contribuição da Oktoberfest para o discurso identitário germânico de Santa Cruz do Sul**. 2009. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional. Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2009.

SEVERO, Paola. Bailinho da Borges - Música e folia para 12 mil pessoas. *Jornal Gazeta do Sul*, edição de 17/02/2020, p.4.

SILVA, Mozart Linhares da; ROSA, Camila Francisca da. Sujeitos e culturas governadas: o negro e o carnaval em Santa Cruz do Sul. **Anais do XIII Encontro Estadual de História da ANPUH RS**. Santa Cruz do Sul, 2016.

VOGT, Débora Inês. Folia em Santa Cruz do Sul: apontamentos sobre como se brinca do carnaval em Santa Cruz do Sul/RS (1891-1941). **Spartacus**, 2007.

YUDICE, George. **A conveniência da cultura**. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

### Portais acessados

1º Descida da Júlio movimentada Santa Cruz, 2017. Disponível em:  
[http://www.gaz.com.br/conteudos/regional/2017/03/06/90625-1\\_descida\\_da\\_julio\\_movimentada\\_santa\\_cruz.html.php](http://www.gaz.com.br/conteudos/regional/2017/03/06/90625-1_descida_da_julio_movimentada_santa_cruz.html.php) Capturado em: mar. 2021.

Bailes vão substituir Carnaval de Rua em Santa Cruz neste ano, 2017. Disponível em:  
[http://www.gaz.com.br/conteudos/regional/2017/01/19/88012-bailes\\_vao\\_substituir\\_carnaval\\_de\\_ua\\_em\\_santa\\_cruz\\_neste\\_ano.html.php](http://www.gaz.com.br/conteudos/regional/2017/01/19/88012-bailes_vao_substituir_carnaval_de_ua_em_santa_cruz_neste_ano.html.php). Capturado em: mar. 2021.

Carnaval de Santa Cruz terá novo formato. PORTAL ARAUTO, 2017. Disponível em:  
<https://www.portalarauto.com.br/Pages/120738/carnaval-de-santa-cruz-do-sul-tera-novo-formato>. Capturado em: mar. 2021.

Carnaval da Borges é novidade no Calendário de Eventos de 2019 de Santa Cruz. PORTAL ARAUTO, 2018. Disponível em: <https://www.portalarauto.com.br/Pages/156014/carnaval-da-borges-e-novidade-no-calendario-de-eventos-2019-de-santa-cruz>. Capturado em: mar. 2021.



Descida da Júlio reúne centenas de foliões: confira fotos. PORTAL ARAUTO, 2018. Disponível em: <https://www.portalarauto.com.br/Pages/139734/descida-da-julio-reune-centenas-de-folios-confira-fotos>. Capturado em: mar. 2021.

Descida da Júlio agita foliões neste sábado em Santa Cruz. PORTAL ARAUTO, 2020. Disponível em: <https://www.portalarauto.com.br/Pages/174595/descida-da-julio-agita-folios-neste-sabado-em-santa-cruz>. Capturado em: mar. 2021.

Entidade sugere que carnaval vá para as ruas de Santa Cruz. Disponível em: [http://www.gaz.com.br/conteudos/regional/2018/01/05/110774-entidade\\_sugere\\_que\\_carnaval\\_va\\_para\\_as\\_ruas\\_de\\_santa\\_cruz.html.php](http://www.gaz.com.br/conteudos/regional/2018/01/05/110774-entidade_sugere_que_carnaval_va_para_as_ruas_de_santa_cruz.html.php). Capturado em: abr. 2021.

FOTOS: Marchinhas, fantasias e alegria no Bailinho de Carnaval da Borges. PORTAL ARAUTO, 2020a. Disponível em: <https://www.portalarauto.com.br/Pages/174071/fotos-marchinhas-fantasias-e-alegria-no-bailinho-de-carnaval-da-borges>. Capturado em: mar. 2021.

FOTOS: Descida da Júlio agita foliões em Santa Cruz. PORTAL ARAUTO, 2020b. Disponível em: <https://www.portalarauto.com.br/Pages/174681/fotos-descida-da-julio-agita-folios-em-santa-cruz>. Capturado em: mar. 2021.

FOTOS: Bailinho da Borges recebe 12 mil pessoas em noite de música e cultura, 2020c. Disponível em: [http://www.gaz.com.br/conteudos/bailinho/2020/02/16/161896-fotos\\_bailinho\\_da\\_borges\\_recebe\\_12\\_mil\\_pessoas\\_em\\_noite\\_de\\_musica\\_e\\_cultura.html.php](http://www.gaz.com.br/conteudos/bailinho/2020/02/16/161896-fotos_bailinho_da_borges_recebe_12_mil_pessoas_em_noite_de_musica_e_cultura.html.php). Capturado em: abr. 2021.

Marcado pelo turismo, carnaval deve movimentar 8 bi na economia. Agência Brasil. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-02/marcado-pelo-turismo-carnaval-deve-movimentar-r-8-bi-na-economia>. Capturado em: mar. 2021.

Presidente da 36° Oktoberfest será anunciado até o fim do mês. PORTAL GAZ. 2020. Disponível em: [http://www.gaz.com.br/conteudos/regional/2020/01/20/160697-presidente\\_da\\_36\\_oktoberfest\\_sera\\_anunciado\\_ate\\_o\\_fim\\_do\\_mes.html.php#:~:text=Deve%20ser%20repassados%20R%24%20110,R%24%20170%20mil%20em%20investimentos](http://www.gaz.com.br/conteudos/regional/2020/01/20/160697-presidente_da_36_oktoberfest_sera_anunciado_ate_o_fim_do_mes.html.php#:~:text=Deve%20ser%20repassados%20R%24%20110,R%24%20170%20mil%20em%20investimentos). Capturado em: mar. 2021.

Prefeitura de Santa Cruz quer contrapartida das escolas de samba, 2020. Disponível em: [http://www.gaz.com.br/conteudos/regional/2020/01/20/160704-prefeitura\\_de\\_santa\\_cruz\\_quer\\_contrapartida\\_das\\_escolas\\_de\\_samba.html.php](http://www.gaz.com.br/conteudos/regional/2020/01/20/160704-prefeitura_de_santa_cruz_quer_contrapartida_das_escolas_de_samba.html.php). Capturado em: abr. 2021.

União desiste do desfile de carnaval e amplia incerteza em Santa Cruz, 2020. Disponível em: [http://www.gaz.com.br/conteudos/regional/2020/03/11/162879-uniao\\_desiste\\_do\\_desfile\\_de\\_carnaval\\_e\\_amplia\\_incerteza\\_em\\_santa\\_cruz.html.php](http://www.gaz.com.br/conteudos/regional/2020/03/11/162879-uniao_desiste_do_desfile_de_carnaval_e_amplia_incerteza_em_santa_cruz.html.php). Capturado em: abr. 2021.

## **“E a gente ama esses bracinhos oferecidos”: Folkcomunicação política na Campanha de vacinação contra a COVID-19 em Recife- PE**

*Giselle Gomes Souza*<sup>1</sup>  
*Severino Alves Lucena*<sup>2</sup>

**Submetido em: 22/04/2021**

**Aceito em: 02/06/2021**

### RESUMO

O presente trabalho busca apontar o uso de estratégia folkcomunicacional política usando apropriação das mídias digitais pelos grupos populares, colocando em foco os processos informais de comunicação. O objetivo é verificar como a Prefeitura da Cidade do Recife utiliza a rede social para a interação com os leitores- internautas sobre o avanço com a vacinação contra a COVID-19 da população recifense. É na apropriação de elementos da cultura folk de massas que localizamos a utilização das redes sociais como veículo da folkcomunicação política pela Prefeitura da Cidade do Recife.

### PALAVRAS-CHAVE

Folkcomunicação política; Pandemia; Mídia.

## **“And we love these little bracelets offered”: Folkcommunication in the vaccination campaign against COVID-19 in Recife-PE**

### ABSTRACT

The present work seeks to point out forms of Folk political communication using appropriation of digital media by popular groups, focusing on informal communication processes. The objective is to verify how the City of Recife uses the social network to interact with readers-internet users on the progress with the vaccination against COVID-19 of the population of Recife. It is in the appropriation of elements of folk culture by mass culture that we find the use of social networks as a vehicle for political folk communication by the City of Recife.

---

<sup>1</sup> Professora do departamento de Educação da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local. Correio eletrônico: giselle.zeli@gmail.com

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação pela PUC - Rio Grande do Sul. Correio eletrônico: recifrevo@uol.com.br

## KEY-WORDS

Folk political communication; pandemic; media.

# **“Y nos encantan estos bracitos que se ofrecen”: Comunicación popular en la campaña de vacunación contra COVID-19 en Recife-PE**

## RESUMEN

El presente trabajo busca señalar formas de comunicación política popular. utilizando la apropiación de los medios digitales por parte de los grupos populares, centrándose en los procesos de comunicación informal. El objetivo es verificar cómo la Ciudad de Recife utiliza la red social para interactuar con los lectores-internautas sobre el avance de la vacunación contra COVID-19 de la población de Recife. Es en la apropiación de elementos de la cultura popular por parte de la cultura de masas que encontramos el uso de las redes sociales como vehículo de comunicación política popular por parte de la Ciudad de Recife.

## PALABRAS-CLAVE

Folkcomunicación política; pandemia; medios de comunicación.

## Introdução

Um dos assuntos que tem tomado grande espaço e destaque nas pautas de notícias, e matérias sobre saúde, veiculadas pela mídia brasileira estão relacionados a Pandemia da COVID-19. Sobre esse tema observamos que é de interesse do público os assuntos relacionados aos primeiros sinais, sintomas e letalidade, o que significa, os prejuízos causados pelas doenças relacionadas a este vírus, e sobre as medidas profiláticas indicadas por orientações ligadas à saúde pública. Neste momento os meios de comunicação assumem o importante papel de difusor de conhecimento e podem prestar um grande serviço para a sociedade ficando evidenciado a importância dos saberes transmitidos pela mídia e que são de interesse público.

A questão da comunicação popular e a utilização dos recursos digitais pelos contextos populares em tempos pandêmicos da COVID-19 é um tema instigante, contemporâneo e emergente. A partir deste enfoque, esta pesquisa particulariza a questão dos recursos digitais e suas categorias de análise na dimensão digital.

Vale salientar a importância do enfoque de formação de opinião que a mídia exerce. Conforme Gomes (2016), os meios de comunicação desempenham o papel estratégico para a informação, esclarecimento, e essa comunicação efetuada com a finalidade elucidativa é sempre necessária que seja uma comunicação que privilegie o compromisso com a diversidade de públicos com várias culturas, a multiplicidade de demandas, à ética e à transparência. Ao ponto que Bueno (2015) indicou como papel sendo estratégica a ação que a comunicação exerce.

Essa forma de comunicação pensada para ser um instrumento de esclarecimento podendo por este fato ser considerada um bem público. Nesse aspecto verificamos que:

Por um lado o público demonstra interesse grande por notícias de saúde e medicina. Por outro lado, a imprensa, o rádio e a televisão ocupam grande parte do espaço devotado à ciência e à tecnologia com temas de saúde e ciências médicas (MEDEIROS e MASSARANI, 2011, p. 43).

O melhor seria falarmos em formas de comunicações. A pluralidade de meios e mediações converge para as ações comunicativas com pretensão de realizar um trabalho de interesse para a sociedade em um momento de pandemia. Isso nos invoca a pensar no que Bourdieu (2004) descreveu como os usos sociais da ciência. Esse ideário de que a imprensa ou a mídia faz um uso social nas comunicações sobre saúde ainda não é consenso, porque a mídia não é autônoma no que publica. Um exemplo é o caso da divulgação sobre a Campanha de vacinação contra a COVID-19, a comunicação, deve ser efetuada considerando a fonte dos conteúdos científicos informados, considerando os diversos grupos de receptores que irão compreender o repertório divulgado.

Parte-se do pressuposto que os conceitos teóricos do campo da comunicação popular, alternativa e comunitária, construídos principalmente, conforme Suzina (2018) entre as décadas de 1960 e 1990, vêm sendo desafiados por práticas novas ou adaptadas influenciadas, entre outros elementos, pelos recursos digitais conforme Peruzzo (2009).

A pandemia tornou-se um ícone de grandes questões que afligem o planeta, como direitos humanos, segurança alimentar, desigualdade social, políticas de medicamentos, vacinas e economia. Constitui-se, por conseguinte, um fenômeno, cuja forma de ocorrência nas diferentes partes do mundo é devastadora.

De acordo com o Ministério da Saúde do Brasil, o novo coronavírus, designado SARS-CoV-2, foi identificado pela primeira vez em dezembro de 2019 na China, na cidade de Wuhan, na China conforme Prazeres (2020). Este novo agente nunca tinha sido identificado anteriormente em seres humanos.

A transmissão pessoa a pessoa foi confirmada e mais de 469 mil pessoas já morreram no Brasil vítimas da COVID-19 até a data da publicação deste artigo, este número poderá ser bem maior quando este for publicado e a crise sanitária, funerária e econômica é uma realidade que necessita de Ajuda Humanitária Internacional. A epidemia representa a ocorrência de um agravamento acima da média (ou mediana) histórica de sua ocorrência.

Nos diferentes momentos em que este texto for lido, teremos outros números contabilizando as perdas e, juntamente com as mortes, há tantos outros aspectos importantes de serem elaborados sobre o caos em que nos lançamos em 2020.

A causa de uma epidemia tem geralmente um aparecimento súbito, conforme Souza & Machado(2020) e propaga-se por determinado período de tempo em determinada área geográfica, atingindo frequentemente um elevado número de pessoas. Porém, quando uma epidemia se alastra de forma desequilibrada se espalhando pelos continentes, ou pelo mundo, França (2020), ela é considerada pandemia. Os meios de prevenção para este tipo de vírus é o uso das máscaras de proteção, distanciamento social, a lavagem das mãos com água e sabão ou a higienização com álcool 70 e a vacinação da população.

Dentro deste quadro, a pergunta que se faz é como esse fenômeno utiliza de estratégia de folkcomunicação política nas práticas midiáticas levadas a cabo pelo órgão público da Prefeitura do Recife, especialmente no que se refere ao potencial de interação entre a Instituição pública do Poder Executivo e das pessoas a elas associadas.

O objetivo deste artigo é verificar se a Prefeitura do Recife, como órgão público municipal, utiliza a rede social para a interação com os leitores- internautas sobre o avanço com a vacinação contra a COVID-19 da população recifense. O objetivo específico busca apontar as formas de folkcomunicação política e convergência tecnológica existentes na apropriação de temas referente a Campanha de vacinação contra a COVID-19 a partir das publicações do *Instagram* da Prefeitura da Cidade do Recife.

A tecnologia digital traz mudanças conforme Braga (2017), para os rituais midiáticos, as redes sociais digitais vêm se mostrando espaços férteis para a congregação de

pensamentos que em primeira instância pareciam muito subjetivos e dispersos. Percebem-se novas e variadas culturas participativas que cada vez mais são mediadas de forma pouco controlada e mais plurais.

Os resultados iniciais obtidos indicam que a apropriação de mídias ou de processos midiáticos aparece como preponderante para a valorização de culturas locais e de apresentação de outras visões de mundo. As *hashtags* são exponenciais exemplos dessas novas práticas e visões de mundo do cotidiano e de interação social.

## Metodologia

A cidade é, segundo Ortigoza (2010), condição e meio para que as práticas desenvolvidas pelos agentes e para que os moradores locais continuem a realizar suas ações. Em tempos pandêmicos os recursos digitais tem aproximado a população, sobretudo através das redes sociais.

O presente estudo parte do compilado de informações das publicações no período de (01) primeiro de março a trinta e um (31) do mesmo de 2021.

Foi realizado um quadro de análise das postagens e emergiram duas dimensões: a dimensão digital e a dimensão da comunicação popular. Cada uma delas engloba um conjunto de categorias de análise que podem ser observadas nas práticas de comunicação.

Atualmente o *Instagram* da Prefeitura do Recife tem 184 mil seguidores e sua população, segundo dados do IBGE é de 1.653.4661 pessoas. Os números indicam que temos um longo caminho a percorrer na direção da democratização dos recursos digitais, no entanto, a folkcomunicação política é utilizada pela rede social do órgão público para interagir com os seguidores.

Ainda que a maioria da população esteja sem acesso aos recursos digitais, considerando a capilaridade e a inovação tecnológica que a Prefeitura se propõe, a amostra foi considerada relevante e particularmente apropriada para testar as categorias de análise propostas.

Nos moldes que orienta Queiroz (1994), como as demais técnicas, também essa é insuficiente e deve ser completada com dados de outras fontes. A opção por esta pesquisa exploratória atende ao interesse em abrir uma observação direta da produção de conteúdo do

perfil e as interações com seus seguidores. Obter informações por várias fontes é um recurso necessário à investigação com histórias de vida.

## Folkcomunicação política na campanha de vacinação no Instagram

O postulado fundador da teoria proposta por Luiz Beltrão, em sua tese de doutoramento, de 1967, na Universidade de Brasília, define a Folkcomunicação como sendo: “O processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes da massa, por intermédio de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (BELTRÃO, 2004, p. 47).

Porém, antes mesmo de chegar ao doutorado, Luiz Beltrão traçou algumas diretrizes a respeito da teoria que ele defenderia nos anos seguintes. No artigo “A influência folkcomunicacional de Padre Donizetti no desenvolvimento socioeconômico da cidade de Tambaú”, de 2007, relaciono ao lado das pesquisadoras Olívia Bezerra Pereira, Rosane Providelo e Thaís Ferreira Guimarães alguns dos principais pontos defendidos por Luiz Beltrão e que serão lembrados a seguir, a fim de fornecer subsídios para a aplicação desses conceitos na análise não de disputas eleitorais mas com eventos relacionados a Campanha de vacinação contra a COVID-19 no perfil do *Instagram* de um órgão público municipal, a saber a Prefeitura da Cidade do Recife.

Folkcomunicação é a linha de estudo criada por Luiz Beltrão e voltada à comunicação oriunda do povo, nela incluídas as artes, as crenças, os ritos, os costumes das camadas sociais marginalizadas e seus meios de expressão. Luiz Beltrão, em artigo publicado no primeiro número de *Comunicação & Problemas*, de 1965, identifica algumas manifestações artísticas e folclóricas (os ex-votos e os cruzeiros) pelas quais “a massa se comunica e a opinião se manifesta”.

No estudo Folk, há o trabalho de identificação dos meios de comunicação do povo e dos agentes e instrumentos eficazes para atingir o desenvolvimento econômico e cultural, já que os segmentos populares utilizam um sistema comunicacional que tem por base o folclore.

Os estudos de folkcomunicação política incluem ainda uma diversidade de novas abordagens, como o modo pelo qual os políticos e partidos se apropriam dos meios

informativas de comunicação para veicular mensagens, além da apropriação política da cultura popular pelos partidos e outras organizações políticas (BARROS, 2007, p. 84).

Os grupos não-organizados, a massa, de baixa renda, excluída da cultura erudita e das atividades políticas, diferentemente da elite, utilizam um sistema de comunicação próprio – o Folkcomunicacional – que, além de ser um processo que ocorre horizontalmente, é, sobretudo, resultado de atividade artesanal de um agente- comunicador. O que caracteriza este sistema é a familiaridade linguística e simbólica do agente-comunicador com os grupos marginalizados e acessibilidade dos marginalizados ao meio que o agente-comunicador utiliza.

Sendo assim, o que caracteriza este sistema é a familiaridade linguística e simbólica do agente-comunicador com os grupos marginalizados e acessibilidade dos marginalizados ao meio que o agente-comunicador utiliza. Logo, no recorte epistemológico utilizado, identificou-se a utilização da Folkcomunicação política a partir da Campanha de vacinação contra a Covid-19 em Recife.

Nesse contexto, o conceito de “folclore” utilizado por Beltrão engloba todas as manifestações oriundas do povo, observadas no tipo de linguagem, vídeos, artes, comentários visualizados na rede social.

O que se depreende do estudo do conjunto da obra de Luiz Beltrão é que o conceito de sistema de Folkcomunicação foi desenvolvido como forma de se estabelecer os objetos e os métodos empíricos necessários para se proceder a uma análise interdisciplinar das diversas formas de comunicação popular.

Um consistente exemplo, seguindo essa possibilidade de atualização dos fundamentos teórico-metodológicos da Folkcomunicação, foi a conferência proferida por Marques de Melo, durante a V Bienal Iberoamericana de Comunicación. México, Campus Estado de México do Instituto Tecnológico de Monterrey, ocorrida entre os dias 19 e 22 de setembro de 2005, resultando num artigo, publicado de forma eletrônica em 2006, com o título: “Folkcomunicação na era digital: a comunicação dos marginalizados invade a aldeia global”.

Segue abaixo um trecho inicial do artigo de Marques de Melo (2006, p. 3), bastante emblemático e extremamente relacionado com as afirmações anteriormente defendidas aqui:



Os espaços ocupados pelas tradições populares na agenda midiática contemporânea podem traduzir iniciativas destinadas a preservar identidades culturais ameaçadas de extermínio ou estagnação, quando confinadas em territórios pretensamente inexpugnáveis. Mas também podem funcionar como alavancas para a renovação dos modos de agir, pensar e sentir de grupos ou nações que, empurrados conjunturalmente para o isolamento mundial, haviam permanecido refratários à incorporação de novidades. Nesse sentido, o folclore midiático possui dupla face. (MARQUES DE MELO, 2006, p.3)

Da mesma forma que assimila ideias e valores procedentes de outros países, preocupa-se com a projeção das identidades nacionais, exportando conteúdos que explicitam as singularidades dos povos aspirantes a ocupar espaços abertos no panorama global. A tese de Beltrão mostra que, enquanto no sistema de comunicação social é muito frequente a coincidência entre os líderes e as autoridades políticas, científicas, artísticas ou econômicas, na Folkcomunicação existe uma maior elasticidade na identificação desses elementos.

Os líderes agentes-comunicadores de Folk, aparentemente, nem sempre são autoridades ou são reconhecidas. Eles possuem uma espécie de carisma, o que acaba atraindo ouvintes e seguidores. Para Maranini (2007), “esses líderes, em geral, alcançam a posição de conselheiros ou orientadores da audiência sem uma consciência integral do papel que desempenham”. A força de comunicação e a simpatia obtida com a produção textual e os demais elementos do perfil do *Instagram* da Prefeitura da Cidade do Recife podem ser evidenciadas através das fotografias, vídeos, depoimentos, cards e a produção de conteúdo.

Neste sentido, vale a pena mencionar a referência de Luiz Beltrão sobre a folkcomunicação como ferramenta capaz de aproximar grupos que possuem interesses em comum. Na sociedade contemporânea, os grupos acham-se vinculados a uma ordem semelhante de ideias e a um propósito comum de adquirir sabedoria e experiência para sobreviver a aperfeiçoar a espécie e a sociedade.

Conforme indica Beltrão (2004), sabedoria e experiência, sobrevivência e aperfeiçoamento que só se consegue mediante a comunicação, o processo mínimo, verbal e gráfico, pelo qual os seres humanos intercambiam sentimentos, informação e ideias” (BELTRÃO, 2004, p.28). Todavia, a heterogeneidade dos grupos da sociedade atual fez com que a comunicação pessoal se tornasse limitada. Para a sociedade de massa, houve a necessidade da comunicação massiva, com instrumentos e técnicas próprias para o fornecimento das mensagens.

A utilização da linguagem popular indica uma estratégia alternativa aos meios de comunicação de massa. É válido ressaltar, assim, como pontua (TAIK SANTOS, 2009, p.89), que os contextos populares devem ser compreendidos como cenários onde predominam populações que vivem em condições de desigualdades do ponto de vista social, político e econômico. A principal característica desses grupos, segundo a autora, é a contingência, ou seja, o acesso aos bens materiais e imateriais se dá de forma incompleta, desigual e desnivelada. A utilização da rede social é um instrumento de comunicação política, configurando-se rapidamente como forte elemento folkcomunicação na campanha de vacinação dos recifenses.

É válido lembrar mais uma vez as diretrizes sobre a folkcomunicação, traçadas por Luiz Beltrão:

A este processo de tradução dos conteúdos midiáticos pelos “meios populares de informação de fatos e expressão de idéias”, 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 também uma espécie de feedback em relação ao sistema hegemônico. (MARQUES DE MELO, 2006, p. 4-5)

Dessa forma, confirmando a afirmação de Marques de Melo no trecho acima, a presença folk conquistada pela linguagem popular e relacional na rede social do Instagram da Prefeitura do Recife serviu como estratégia para atingir os “bolsões culturalmente marginalizados” refratários à comunicação política propagada nos meios convencionais de comunicação de massa – “a imprensa, o rádio, a televisão e o cinema”. Tudo isso sendo ainda desenvolvido de maneira criativa sem infringir a legislação.

Posta estas considerações, passemos analisar as postagens como proposta de folkcomunicação política apresentada e a sintonia com o público receptor e extraordinário retorno no perfil do *Instagram*. A postagem abaixo de 31 de março de 2021, o qual deu o título deste artigo, remete elementos da folkcomunicação política que resgatam a democracia, o direito à saúde pública, a imagem das pessoas sendo vacinadas não apenas

interpreta simbolicamente a mensagem, mas pode transformar, criar e participar dos processos interativos nessa cultura de participação presente nas redes sociais e tão legitimada pela folkcomunicação política. O que Orozco (2014) denomina de mudança de papel de audiências, de uma audiência-receptiva para uma audiência-usuários, já que conforme Santos (2017), as novas telas permitem transcender a mera interação simbólica com elas.

**Figura 1** - postagem de 31 de Março



Fonte: perfil do *Instagram* da Prefeitura da Cidade do Recife

## Descrição da Amostra

Como foi dito anteriormente, foi realizado um quadro de análise das postagens e emergiram duas dimensões: a dimensão digital e a dimensão da comunicação popular.

A folkcomunicação política, se referia Beltrão, na ocasião de como os políticos e os partidos se apropriavam dos meios informais de comunicação para veicular suas mensagens. Ao mesmo tempo, uma característica dos marginalizados sempre foi expressar-se metaforicamente contra os dominantes e opressores, além de identificar as motivações políticas dos folkcomunicadores através de legendas de caminhões, enredos das escolas de samba, cordel eleitoral, grafites antibélicos, entre outros meios.

Compilamos algumas postagens e mantivemos a escrita original com textos, gírias, abreviações para não interferir na originalidade dos mesmos. Termos usados como: “Trago sua esperança de volta em duas doses”, “e a gente ama esses bracinhos oferecidos”, “sexô com notícia boa: vacinação aberta para pessoas acima dos 73 anos”, “bora falar de vacina?”, “a gente fica bestinha com cenas assim, de voinhas e voinhos do Recife recebendo a vacina, né? Mais de 90% dos idosos do Recife com idade acima de 80 anos já foram vacinados.” trazem consigo uma folkcomunicação política e assim, registra-se a importância dos canais populares no processo de comunicação e destaca-se a possibilidade de divulgação de novos relacionamentos com o público.

Observamos que os conteúdos são informativos mediante as postagens apresentadas nos dias 09 e 05 de março respectivamente que trazem consigo de forma resumida os procedimentos e indicações importantes sobre a vacinação contra a Covid-19 e o uso do aplicativo Conecta Recife, criado para cadastramento da vacinação no Município do Recife.

No entanto, ao analisar os comentários postados observamos que eles não se referem exclusivamente ao texto da postagem, ou seja, muitos internautas aproveitaram para expor suas críticas ou elogiar as atitudes da Prefeitura da Cidade do Recife, dentro outros posicionamentos.

Figura 2 - postagem 09 de Março



Figura 3 - postagem 05 de Março



Fonte: perfil do *Instagram* da Prefeitura da Cidade do Recife

A convergência tecnológica que multiplica as combinações de formato, linguagens e estéticas conforme Braga (2017), nas diversas postagens analisadas abre novos cenários e possibilidades para interações comunicativas, uma vez que a interatividade que as postagens possibilitam ultrapassa a mera interação simbólica.

Observado o exposto acima por meio da análise de comentários dos leitores-internautas sobre a vacinação contra a COVID-19, ocorrido no período de 1 a 31 de março de 2021, no perfil do *Instagram* da Prefeitura da Cidade do Recife. Em resposta ao objetivo geral verifica-se que as interações passam a ser, conforme Orozco (2014), criadoras de seus próprios referentes e não apenas como recriadoras simbólicas de significados ou interpretações dos referentes produzidos e emitidos pela rede social. Observa-se que segundo Steganha (2016), as mídias sociais se aproximam do leitor e criam novas formas de interação.

O processo de produção de conteúdo no perfil da Prefeitura do Recife contempla a atualização contínua, segundo Schwingel (2012), o armazenamento e recuperação de

conteúdos e a liberdade narrativa com a flexibilização do tempo e espaço, e com a possibilidade de incorporar o usuário nas etapas de produção.

Sodré (2012) também contribui com este estudo, ao pontuar que a interação semioticamente regida pelo modelo de uma massa anônima e heterogênea, dá lugar à interatividade, por meio da internet.

Segundo Sodré (2012), isto dá margem a novas formas de participação coletiva na restauração da vida democrática. Ele apresenta *bios virtual*, local onde os impulsos digitais e imagens se convertem em prática social, como as chamadas da vacinação por faixas etárias e interação afetivas com internautas.

É neste sentido, que diante das telas conforme Sodré (2012) desaparece a figura do mero espectador, que é substituído pelo membro orgânico de uma ambiência que deixa de funcionar na escala tradicional do corpo humano para adequar-se existencialmente pela imersão.

A convergência tecnológica, mediante assertivas de Brito (2006), vai além de uma nova mídia mas sim, é um espaço de circulação simbólica, de fluxos incessantes, arquivos vivos e renovado a todo instante de ideias, produtos e informações, o que resulta em possibilidade de interatividade e diálogo.

Durante o mês de Março de 2021, foram 131 publicações, no entanto sobre as vacinas foram 66 publicações. Uma média de 2 publicações por dia com inúmeras ideias: depoimentos, fotos, vídeos das pessoas sendo vacinadas, informações sobre os locais de vacinação, benefícios da vacina e dados estatísticos sobre o número de imunizados em Recife.

Sendo assim, segundo Brito (2006), por não ser unidirecional, a rede social do *Instagram* supera a visão de emissor e receptor, abrindo um novo espaço de empatia e de debate. Percebemos as postagens com linguagem informal e que utilizam ditados populares e frases que envolvem sentimentos que deseja manifestar de forma instantânea, ou seja, na velocidade da internet, no fluxo da informação com pequenos vídeos e depoimentos.

Portanto, a análise dos comentários nas postagens, as expressões utilizadas, nos remete a Orozco (2014) que diz que nunca antes se havia tido a opção real de participar diretamente na interlocução com as mensagens, com produtores e emissores, ou seja, uma participação horizontal ampliada.

## Considerações finais

Este artigo foi fruto da pesquisa que acompanhou no período de 1 a 31 de março de 2021 a divulgação das postagens na rede social *Instagram* no perfil da Prefeitura da Cidade do Recife.

No atendimento aos objetivos propostos para essa pesquisa estudar as interações folkcomunicaçãois por meio de postagens de leitores - internautas na rede social *Instagram*, como nos propusemos nesse estudo, nos permite compreender as mudanças introduzidas pela sociabilidade digital, da qual se refere Barbero (2001), quando indica que o novíssimo paradigma do digital, que transforma o monoteísmo de ler letras, em politeísmo de navegar de forma ampla e longa por todas as linguagens, e neste sentido se expressar, de acordo com suas possibilidades de interação, a respeito do conteúdo sobre a vacinação postado na Internet.

Sendo assim, verificou-se que a Prefeitura do Recife utiliza a rede social para a visibilidade do conhecimento sobre os dados da Pandemia de COVID-19 e o avanço com a vacinação da população recifense e para construir futuros, os recursos digitais estão diretamente ligados a democratização das práticas de cuidado e na visibilidade das narrativas e das histórias que se findaram em decorrência da mortalidade com a COVID-19 ou ainda, que se renovaram com a esperança da vacina. A pandemia no Brasil, tragicamente, tem tido muitos nomes e rostos, tanto pela ação direta do vírus quanto pelas precariedades que os desdobramentos sociais e políticos que a crise sanitária acentua.

Estudar a postagem dos leitores, a interação com o veículo de comunicação, segundo Braga (2017), e a dos usuários entre si, é situá-los neste mundo de mudanças sociais drásticas, como nos diz Castells (2017) quanto aos processos de transformação tecnológica e econômica, o que faz, dentro outros fatores, com que os sistemas políticos estejam mergulhados em uma crise estrutural de legitimidade, periodicamente arrastados por ações em Combate ao Coronavírus e busca incessante para vacinar os recifenses.

O Brasil é, neste tempo que o artigo é escrito, o epicentro da pandemia no mundo. Vivemos uma catástrofe sem precedentes no maior país da América latina. Os dados

estatísticos apontam que 1 a cada 5 brasileiros vítimas da COVID-19 morreu em Março de 2021.

Portanto, com esse trabalho foi possível confirmar, como nos orienta Castells (2013) que é preciso observar, analisar e teorizar o cenário atual da folkcomunicação política para além das disputas eleitorais mas nos contextos políticos que autoridades públicas, políticos e partidos estejam inseridos e a convergência tecnológica com o objetivo de abrir possibilidades de se construir uma nova realidade sem tantas mortes.

Por fim, em um contexto no qual os números de infectados e mortos aumentam exponencialmente e autoridades tentam minimizar o problema de proporções globais, entendendo as demonstrações de luto, as lutas através dos recursos digitais para atender a população recifense com a única solução para a pandemia: a vacina. A utilização de estratégias de folkcomunicação política é necessária para que tenhamos dias melhores. Há um longo caminho a ser percorrido, mas a internet abre possibilidades para um novo tempo.

## Referências

BARBERO, Jesús Martin. **Os Exercícios do ver:** hegemonia audiovisual e ficção televisiva. Trad. Jacob Gorender. São Paulo: Ed. Senac.São Paulo,2001.

BARROS, Antônio Teixeira de. Folkcomunicação política. In **Noções básicas de folkcomunicação**, Editora UEPG, Ponta Grossa, 2007.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: teoria e metodologia.** São Bernardo do Campo: UESP, 2004.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação:** Conceitos e definições. In: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Secretaria Especial de Comunicação Social. Folkcomunicação – a mídia dos excluídos. Cadernos da Comunicação. Estudos. V. 17. Rio de Janeiro: A Secretaria, 2007. p. 29-40.

BENJAMIN, Roberto. **Pesquisas, andanças e legado.** Folkcomunicação e Comunicação rural. Campina Grande: EDUEPB,vol 1, 2017.

BOURDIEU, P. **Os usos sociais da ciência.** Por uma sociologia clínica do campo científico. Editora UNESP. São Paulo:2004.

BRAGA, Claudomilson; CIRINO, J. Antonio; OLIVEIRA, Mayllon (Orgs.) **Comunicação e Mídia.** Interfaces com a cidadania e com a cultura. Goiânia: Gráfica UFG,2017.

BRITO, Rovilson Robbi. Sociedade, novas tecnologias de comunicação e a possibilidade de articulação de espaços públicos de debate e embate. In: **Recepção mediática e espaço público:** novos olhares. São Paulo: Paulinas, 2006.



BUENO, W.C. **Comunicação e sustentabilidade: aproximações e rupturas.** Razón y Palabra. México. Vol 17 (79), maio/junho de 2012. Disponível em:<http://www.razonypalabra.org.mx/N/N79/M79/05CostaM79.pdf>. Acesso em 10 de fevereiro de 2016

CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e esperança.** Movimentos sociais na era da internet. 2 edição. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.

FRANÇA, Neuda. Endemia, Epidemia e Pandemia. Disponível em: <https://www.infoescola.com/doencas/endemia-epidemia-e-pandemia/> FRENCH Jeff et al. **Social marketing and public health: Theory and practice.** Oxford University Press, 2010.

MARQUES DE MELO, José. Folkcomunicação na era digital: a comunicação dos marginalizados invade a aldeia global. In: **Razón y Palabra**, n. 49, Fevereiro-Março 2006. Publicação Eletrônica do Proyecto Internet del ITESM Campus Estado de México. Disponível em: [http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n49/bienal/magis/Marques\\_demelo2.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n49/bienal/magis/Marques_demelo2.pdf). Acesso em: 28.out.2006.

MARANINI, Nicolau José Carvalho. **A trajetória de um pioneiro.** Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro. Disponível em: Acesso em: 28.out.2009.

MATTOS, Maria Ângela; JACKS, Nilda (Orgs.) **Mediação e Mídiação.** Compós. Salvador: EDUFBA, 2012.

MEDEIROS, Flávia N.S; MASSARANI, Luisa. **A Cobertura da gripe A (H1N1) 2009 pelo Fantástico.** Intercom- Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, V,34, n.1, p41-59. Jan/jun, 2011.

ORTIGOZA, Guarniere Aparecida. **Paisagens do Consumo:** São Paulo, Lisboa, Dubai e Seul. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.

OROZCO GOMEZ, Guillermo. A pesquisa em torno das “velhas e novas” audiências. In: **Educomunicação: recepção midiática, aprendizagens e cidadania.** São Paulo: Paulinas, 2014.

OROZCO GOMEZ, Guillermo. A condição comunicacional: um paradoxo da cultura participativa das audiências. In: **Educomunicação: recepção midiática, aprendizagens e cidadania.** São Paulo: Paulinas, 2014.

PERUZZO, Cicília M. Krohling; OTRE, Maria Alice Campagnoli. **Comunicação Popular, comunitária e alternativa no Brasil.** Sinais de resistência e de construção da cidadania. São Bernardo do Campo, UESP, 2015.

PERUZZO, Cicília. Conceitos de Comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor. **Revista Eco-pós**, v.12, n.2, maio-agosto, p.46-61, 2009.

PRAZERES, Giselle Gomes. O marco de março: O papel da mídia na divulgação do conhecimento sobre a pandemia transmitido pelo novo coronavírus em Pernambuco – Brasil. **Revista temática**, UFPB, v.16, n.7, Julho, 2020.

QEIROZ, M.I.P. de. História, história oral e arquivos na visão de uma socióloga. In: MORAES, M. **História oral**. Rio de Janeiro: Diadorim; FINEP, 1994.

SANTOS, Goiamérico. **De audiência a usuário: o internauta como analista político**. Comunicação e mídia: interfaces com a cidadania e com a cultura. Goiania: Gráfica UFG, 2017.

SCHWINGE, Carla. Historicidade, terminologia e conceitos de ciberjornalismo. In: **Ciberjornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2012.

STEGANHA, Roberta. **Jornalismo na internet: a influência das redes sociais no processo de confecção das notícias de entretenimento e celebridade**, Disponível em <http://www.bocc.uff.br/pag/steganha-roberta-jornalismo-na-internet.pdf>. Acesso em 30 de Mai.2021,2016.

SODRE, Muniz. Comunicação: um campo em apuros teóricos. **Revista Matrizes**, Ano 5 – nº 2 jan./jun. 2012 - São Paulo p. 11-27,2012.

SUZINA, A. C. Digital disruption in popular media practices in Brazil. **Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital**, v. 7, n. 1, p. 172-192, 2018.

TAUK SANTOS, Maria Salett. **Inclusão digital, inclusão social?** Recife: UFRPE, 2009.

## Elementos Folkcomunicacionais no Discurso do ex-Presidente Lula: Um Registro Histórico do Brasil Ovationado nas Páginas de *The Economist*

Pedro Paulo Procópio de Oliveira Santos <sup>1</sup>

Recebido em: 22/04/2021

Aceito em: 02/06/2021

### RESUMO

O presente estudo visa a discutir um registro histórico do Brasil, com base em um olhar elogioso e mesmo eufórico, a seu respeito no jornal britânico *The Economist* durante o segundo mandato do ex-Presidente Lula. O veículo é considerado por economistas e especialistas do mercado financeiro de todo o mundo como a bíblia do liberalismo mundial; com essa “marca” *The Economist* vai do pânico com a iminente vitória do ex-líder sindical em 2002 ao entusiasmo com a postura do ex-Chefe de Estado da maior potência econômica latino-americana em menos de uma década! Este *paper*, com alicerce teórico envolto pela análise de discurso e por importantes aspectos folkcomunicacionais, faz um retorno a um passado histórico recente, no entanto, extremamente distante da realidade brasileira atual, na qual a crise permeia diversos setores e a linguagem *folk*, leve, pacífica deu lugar ao discurso do “negacionismo” face a demandas sociais de ordem emergencial, como é o caso da fome, do emprego, da saúde pública. Por fim, o que foi “marolinha” na economia do Governo Lula, se transformando em elogios e exemplo para todo o planeta, parece hoje um longínquo registro histórico. É o referido registro que ora se apresenta, envolvendo o discurso como o eixo central da imagem *folk* de um ex-presidente brasileiro que trouxe elogios e euforia ao seu país.

### PALAVRAS-CHAVE

Brasil; Folkcomunicação; Lula; The Economist.

---

<sup>1</sup> Doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) com estágio de pós-doutoramento pela mesma universidade; docente da Faculdade DAMAS e da Faculdade Pernambucana de Saúde. Correio eletrônico: profpedroprocopio@gmail.com.

## **Folkcommunication Elements in the Speech of former President Lula: A Historical Record of Brazil Ovated in the Pages of *The Economist***

### ABSTRACT

The present study aims to discuss a historical record of Brazil, based on a complimentary and even euphoric look, about it in the British newspaper The Economist during the second term of former President Lula. The vehicle is regarded by economists and financial market experts from around the world as the bible of world liberalism; with this "brand" The Economist goes from panic with the imminent victory of the former union leader in 2002 to enthusiasm for the former Head of State of Latin America's greatest economic power house in less than a decade! This paper, with theoretical foundation surrounded by discourse analysis and important folkcommunicational aspects, makes a return to a recent historical past, however, extremely distant from the current Brazilian reality, in which the crisis permeates various sectors and the folk language, light, peaceful gave way to the discourse of "denialism" in the face of social demands of emergency order, as is the case of hunger , employment, public health. Finally, what was "marolinha" in the economy of the Lula Government, turning into praise and example for the whole planet, today seems a distant historical record. It is the aforementioned record that now presents itself, involving the speech as the central axis of the folk image of a former Brazilian president who brought praise and euphoria to his country.

### KEY-WORDS

Brazil; Folkcommunication; Lula; The Economist.

## **Elementos Folkcomunicacionales en el discurso del ex presidente Lula: un registro histórico de Brasil ovacionado en las páginas de *The Economist***

### RESUMEN

El presente estudio pretende discutir un registro histórico de Brasil, basado en una mirada complementaria e incluso eufórica, al respecto en el diario británico The Economist durante el segundo mandato del expresidente Lula. El vehículo es considerado por economistas y expertos en mercados financieros de todo el mundo como la biblia del liberalismo mundial; con esta "marca" The Economist pasa del rey del pánico con la inminente victoria del ex líder sindical en 2002 al entusiasmo por la antigua casa de poder económico del ex Jefe de Estado de América Latina en menos de una década. Este trabajo, con fundamento teórico rodeado de análisis del discurso y aspectos folclóricos importantes, hace un retorno a un pasado histórico reciente, sin embargo, extremadamente distante de la realidad brasileña actual, en la que la crisis impregna diversos sectores y el lenguaje popular, ligero, pacífico dio paso al discurso del "negacionismo" frente a las demandas sociales del orden de emergencia, como es el caso del hambre , empleo, salud pública. Finalmente, lo que fue "marolinha" en la economía del

Gobierno de Lula, convirtiéndose en elogios y ejemplo para todo el planeta, hoy parece un registro histórico lejano. Es el mencionado registro que ahora se presenta, que involucra el discurso como eje central de la imagen popular de un ex presidente brasileño que trajo elogios y euforia a su país.

## PALABRAS-CLAVE

Brasil; Folkcomunicación; Lula; The Economist.

## Introdução

*The Economist* coloca o ministro da Fazenda do Governo Lula, Guido Mantega em um espaço privilegiado. O então ministro assume um lugar de referência e credibilidade devido às ações implantadas por ele na segunda administração do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

As políticas ministeriais teriam finalmente conduzido o país a um dos patamares mais importantes buscados pelos Estados capitalistas: o de grau de investimento. A avaliação foi feita por duas das mais respeitadas agências de notação do mundo: *Moody's* e *Standard & Poor's*. Não fosse o bastante, o ex-presidente Lula, anteriormente chamado de preguiçoso e sortudo, se transformara em um homem não só íntegro, mas progressista.

O discurso repleto de elogios e euforia sobre o segundo mandato de Lula tem uma relação direta com aspectos econômicos e com a política liberal assumida pelo ex-presidente, que parecia pôr em prática o que *The Economist* aconselhava em seus textos.

A onda de elogios que toma parte da segunda gestão de Luiz Inácio Lula da Silva em nada lembra a linguagem do jornal sobre o país no início de 2007. As matérias concentravam-se nas dúvidas em relação à competência da equipe econômica em enfrentar a crise financeira global e lançavam novos desafios ao então presidente.

Para o ex-presidente Lula, o desespero do planeta em torno da caótica economia, que abalava mesmo os Estados Unidos e outros países ricos, não passaria de uma “marolinha” em terras brasileiras. Ele foi muito criticado por ter feito essa analogia, traço típico do seu discurso, já retratado por *The Economist* em outros momentos, como um aspecto um tanto folclórico de sua fala<sup>2</sup>, o que decidiu-se chamar de discurso folkcomunicacional.

---

<sup>2</sup> Para maiores informações ler o verbete sobre folkcomunicação política escrito por este autor na enciclopédia de comunicação.

Apesar das críticas e do receio dos investidores, além da imprensa especializada em economia, Lula estava certo. O Brasil foi o último país a vivenciar o período de recessão e o primeiro a retomar o crescimento. Essa foi uma das principais causas responsáveis pelo otimismo – confiança e, acima de tudo, pelos elogios e pela euforia que marcaram o discurso sobre o segundo mandato de Luiz Inácio Lula da Silva em seus dois últimos anos no poder, além, óbvio, do patamar de grau de investimento conquistado pelo país.

Os elogios, claro, estavam mais concentrados na questão econômica devido à especialidade de *The Economist* nesse campo jornalístico, contudo, a euforia da publicação abarcava diferentes questões, as quais de alguma forma desaguavam nos aspectos liberais.

Uma vez que o país tinha saído das dificuldades financeiras que outras nações continuavam a enfrentar e seguia os preceitos do liberalismo, o periódico não apenas retoma a confiança adquirida já no primeiro mandato de Luiz Inácio Lula da Silva, através do cumprimento de acordos e do pagamento da dívida externa, mas enfatiza em seu discurso que o avanço brasileiro estava acima do esperado pelo próprio jornal.

A euforia de *The Economist* em relação ao Brasil ultrapassa aspectos econômicos, atingindo ainda a condução democrática da política do país, que passa a ser comparado em nível de superioridade com os demais BRICs<sup>3</sup> e com nações latino-americanas, além de servir como modelo a outros Estados no discurso do periódico.

Mesmo a exportação de *commodities* e os avanços na agricultura, geralmente vistos como algo menos importante que outros setores da indústria, recebem elogios e são chamados de bênçãos. Há também euforia acerca da descoberta das novas reservas de petróleo do país e mesmo sobre a condução de determinadas políticas sociais, inicialmente, vistas com ceticismo por *The Economist*, mas a partir daquele instante eram consideradas responsáveis pelo aumento do consumo doméstico, o que impulsionava a economia brasileira. É uma análise discursiva dessa euforia que discutimos a partir de então.

---

<sup>3</sup> Termo criado pelo banco de investimentos Goldman Sachs, que representa as iniciais de Brasil, Rússia, Índia e China, países que segundo a instituição formam o pelotão de frente das novas economias emergentes mundiais.

## Uma Análise Discursiva da Euforia

A euforia e os elogios que descrevemos são analisados a partir de um corpus formado por quatro matérias impressas do jornal *The Economist*, publicadas entre setembro de 2009 e dezembro de 2010 (vide tabela 1).

A nossa análise se concentra nas estratégias discursivas responsáveis – através de sua incursão no texto – em formar ideologicamente o discurso, de modo que ele atenda os anseios buscados pelo sujeito do discurso. As estratégias discursivas que operam no discurso, com base em Andrade (2011) e Van Dijk (2008), são as seguintes: adjetivação, analogia, ênfase, intertextualidade, nomeação, título e subtítulo, além de textos não verbais.

**Tabela 1** – Elogios e euforia; set. 2009 – dez./2010

Data	Título original da notícia	Tradução nossa <sup>4</sup>	Resumo do assunto
14.09.2009	<i>Late in, first out</i>	Demorou a entrar e foi o primeiro a sair	Mostra o crescimento do consumo interno no Brasil e destaca que esse fator seria um dos grandes responsáveis por ter feito o país sentir pouco a crise econômica mundial, tendo sido a última nação a ter dificuldades e a primeira a livrar-se delas.
12.11.2009	<i>Brazil takes off</i>	O Brasil decola	Faz elogios ao Brasil e ao ex-presidente Lula; compara o país a outras nações do BRIC de forma positiva, além de enfatizar a rápida recuperação brasileira em meio à crise econômica mundial.
09.09.2010	<i>It's only natural</i>	Isto é apenas natural	Estabelece comparações entre o Brasil e outros países latino-americanos, enfatizando a força brasileira devido às <i>commodities</i> que deveriam ser vistas como bênção, e não maldição. Enfatiza ainda a importância do etanol e novas descobertas de fontes de petróleo no país.
02.12.2010	<i>The democratic routine</i>	A rotina democrática	Considera o Brasil o país de maior influência na América Latina; aponta uma série de pesquisas sobre temas ligados principalmente à economia e à política latino-americana, além de elogiar a performance financeira do país.

Fonte: [www.economist.com](http://www.economist.com)

<sup>4</sup> Também é do próprio autor a tradução de todos os trechos estudados das matérias selecionadas para o desenvolvimento desta tese.

## Adjetivação

Essa é uma das categorias discursivas mais importantes neste enquadramento porque quando elogiamos algo ou estamos eufóricos em relação a um determinado assunto, os adjetivos permeiam o nosso discurso. Isso ocorre com *The Economist* no momento em que o Brasil vence os desafios que o jornal lhe havia imposto e responde suas principais dúvidas a respeito do seu potencial de crescimento.

Os adjetivos utilizados como estratégias discursivas do jornal abrangem diferentes aspectos entre os anos de 2009 e 2010, acima de tudo, surpreendem pelo tom partidário e eufórico. Dessa forma, o Brasil se transforma no primeiro a sair da crise e é forte, como defendido pela matéria *Late in, first out*. Brasil é o *primeiro* país latino-americano a emergir da recessão<sup>5</sup>. A *rápida* repercussão econômica é atribuída à *força* da demanda doméstica(...).<sup>6</sup>

*Brazil takes off* adjetiva o país entre outras coisas como confiável: (...) *treats foreign investors with respect* – trata os investidores estrangeiros com respeito. Além disso, o Brasil seria *modelo* a ser seguido por outras nações: (...) O mundo em desenvolvimento tem muito mais a aprender com o Brasil do que com a China<sup>7</sup>.

Além dos aspectos econômicos, a política brasileira passa a receber elogios, contrariando a série de denúncias e dúvidas levantadas anteriormente por *The Economist*. A imprensa do país também estaria numa posição confortável, estabelecendo uma favorável conexão entre mídia e poder. (...) O país estabeleceu *fortes* instituições políticas. Uma imprensa *livre* desmascara a corrupção (...)<sup>8</sup>.

Não fosse o bastante, a ascensão econômica brasileira é *admirável* também pela conduta *democrática* do país. Sua decolagem é ainda mais *admirável* porque foi conquistada através da reforma *democrática* e do consenso<sup>9</sup>.

A agricultura do país também é alvo de elogios porque serve como importante vetor da economia: O Brasil agora não é apenas o *maior exportador* de café, açúcar, suco de laranja

---

<sup>5</sup> Texto original em inglês: *Brazil is the first Latin American country to emerge from recession.*

<sup>6</sup> Texto original em inglês: *The quick economic rebound is attributable to the strength of domestic demand(...).*

<sup>7</sup> Texto original em inglês: (...) *the developing world has much more to learn from Brazil than from china.*

<sup>8</sup> Texto original em inglês: *The country has established some strong political institutions. A free and vigorous press uncovers corruption*

<sup>9</sup> Texto original em inglês: *Its take-off is all the more admirable because it has been achieved through reform and democratic consensus-building.*



e tabaco, mas também de etanol, carne bovina e frango<sup>10</sup>. A *inovação* brasileira deveria ser implantada em toda a América Latina: “Infelizmente há pouco dessa *inovação* na economia de outras partes da América Latina.”<sup>11</sup>

A política de apoio à indústria nacional também é elogiada por *The Economist*. Percebemos nesse elogio um claro vínculo com a ideologia liberal já que o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) é chamado de *gigante* e oferece subsídios atraentes. Desde que Lula chegou ao poder a política industrial se tornou mais *explícita*.

O Brasil nunca abandonou totalmente a política industrial. Os Juros sobre empréstimos concedidos pelo *gigante* Banco Nacional de Desenvolvimento Social, o BNDES, é definido a menos da metade das taxas de mercado, envolvendo um subsídio seletivo. Desde que Luiz Inácio Lula da Silva foi eleito presidente em 2003, a política industrial tornou-se mais *acentuada e explícita*<sup>12</sup>.

*The democratic routine* considera o Brasil o país que exerce maior influência no continente, ultrapassando inclusive os Estados Unidos: “O Brasil é visto como mais *influenciador* do que os Estados Unidos em grande parte da região”<sup>13</sup>.

Além da influência continental, a economia e o presidente são elogiados: “A *forte performance econômica* do Brasil e a *popularidade* do seu *extrovertido* presidente, Luiz Inácio Lula da Silva, são refletidos num senso compartilhado de progresso.”<sup>14</sup>

## Analogia

A analogia utilizada em *Brazil takes off* dificilmente serviria como exemplo de elogio para o país em um primeiro e descuidado olhar, entretanto, uma análise mais cuidadosa nos faz inferir que o estereótipo empregado sobre a economia brasileira de tempos atrás e os

---

<sup>10</sup> Texto original em inglês: *Brazil is now the world's biggest exporter not only of coffee, sugar, orange juice and tobacco but also of ethanol, beef and chicken.*

<sup>11</sup> Texto original em inglês: *Unfortunately there is little of this kind of innovation in other parts of Latin America's economies.*

<sup>12</sup> Texto original em inglês: *Brazil never wholly abandoned industrial policy. Interest on loans made by its giant national development bank, the BNDES, is set at less than half market rates, involving a selective subsidy. Since Luiz Inácio Lula da Silva was elected president in 2003, industrial policy has become more pronounced and explicit.*

<sup>13</sup> Texto original em inglês: *Brazil is seen as more influential than the United States across much of the region.*

<sup>14</sup> Texto original em inglês: *Brazil's strong economic performance and the popularity of its outgoing president, Luiz Inácio Lula da Silva, is reflected in a widely shared sense of progress.*

dados abordados sobre a fase atual aumentam o sentimento de euforia no discurso sobre o momento vivido pelo governo Lula.

Esse estereótipo pejorativo faz referência ao traje de banho da mulher brasileira, considerado pequeno demais, além do talento (exposto em tom jocoso) “apenas” para o carnaval e o futebol, “atividades de uma cultura inferior”.

Afinal, o “B” de BRIC merecia pertencer ao Brasil? *The Economist* garante: “Agora esse ceticismo está fora de contexto.” Antes, porém, o discurso era muito próximo ao que próprio veículo sugere que se pensava a respeito do Brasil no momento em que surgiram as dúvidas sobre a inclusão do país no seletivo grupo:

Brasil? Um país com um índice de crescimento tão minúsculo quanto os seus trajes de banho, um lugar que reza se houver qualquer crise financeira ao seu redor, um lugar com potencial que era lendário como o talento para o futebol e o carnaval, não parecia pertencer a esses titãs emergentes<sup>15</sup>.

## Enfatização

Essa é uma categoria discursiva que se destaca nas matérias presentes nesta categorização. A ênfase, assim como a adjetivação, é um recurso ideológico, discursivo que o sujeito do discurso utiliza a fim de influenciar o interlocutor.

A ênfase é recorrente em todas as matérias analisadas neste enquadramento e de algum modo ratificam elogios e demonstram euforia em torno do crescimento econômico brasileiro, do desenvolvimento de áreas específicas do país, entre outros.

Um dos exemplos de ênfase que mais chama a atenção é colocado por *The Economist* a respeito do crescimento econômico do país em 2009, que teria ultrapassado mesmo as projeções dos especialistas. Isso ocorre em *Late in – first out*: “O resultado do segundo trimestre foi um tanto mais forte do que a *Economist Intelligence Unit* esperava.”<sup>16</sup>

A mesma matéria enfatiza em um só parágrafo o quão branda havia sido a crise financeira para o Brasil, a diversidade de parceiros comerciais do país e mesmo a solidez do

---

<sup>15</sup> Texto original em inglês: *Brazil? A country with a growth rate as skimpy as its swimsuits, prey to any financial crisis that was around, a place of chronic political instability, whose infinite capacity to squander its obvious potential was as legendary as its talent for football and carnivals, did not seem to belong with those emerging titans.*

<sup>16</sup> Texto original em inglês: *The second-quarter result was somewhat stronger than the Economist Intelligence Unit had been expecting.*

sistema financeiro nacional. “A suavidade da recessão do Brasil, que é especialmente notável, considerando a elevada base de comparação, também reflete o alto grau de diversificação da economia e dos parceiros comerciais, bem como a solidez do sistema financeiro.”<sup>17</sup>

Nova ênfase recai sobre a força do mercado consumidor interno do Brasil, o que teria ajudado o país a não sucumbir em meio à crise econômica global: “(...)mesmo que as exportações tenham caído significativamente em relação ao ano anterior, elas representam apenas 13% do PIB share muito menor do que na China, Japão e Alemanha (onde as exportações atingem cerca de 40% do PIB). Conseqüentemente, o impacto da desaceleração da demanda global tem sido mais suave para o Brasil.”

O Brasil vence desafios, cresce e recebe elogios também na matéria Brazil Takes off, que termina seu discurso sobre o país em tom enfático de elogio e quiçá euforia: “Sua decolagem é ainda mais admirável porque foi conseguida através de uma reforma democrática e de consenso.”<sup>18</sup>

As relações entre economia e discurso acerca do Brasil emergente entre 2009 e 2010 são permeadas de elogios e euforia até quando o tema é a agricultura. It's only natural exemplifica o nosso pensamento. O setor primário foi tradicionalmente visto como um vetor econômico de segunda categoria pelos liberais, eufóricos normalmente com os setores de comunicação, construção civil, finanças, indústria tecnologia, entretanto, *The Economist*, que já chamara o desenvolvimento das commodities brasileira de bênção, afirma: “O Brasil detém o mais impressionante recorde de inovação na agricultura.”

Além do campo, os combustíveis brasileiros também impressionam o jornal, que enfatiza no discurso a sua euforia em relação às novas possibilidades que se abrem ao Brasil através desse segmento, além da firmeza com a qual o Estado geria suas reservas de petróleo: “As novas regras brasileiras dão enorme poder à Petrobras, mas também a colocam sob uma

---

<sup>17</sup> Texto original em inglês: *The mildness of Brazil's recession—which is especially notable considering the high base of comparison—also reflects the high degree of diversification of the economy and trading partners, as well as the solidity of the financial system.*

<sup>18</sup> Texto original em inglês: *Its take-off is all the more admirable because it has been achieved through reform and democratic consensus-building.*

gigantesca tensão (...).”<sup>19</sup> Ou ainda: “A indústria do etanol detém um impressionante recorde de inovação(...).”<sup>20</sup>

## Intertextualidade

Neste enquadramento de elogios e euforia há um grande espaço para atores sociais que emprestam credibilidade às matérias do jornal. O campo jornalístico normalmente se utiliza dessa estratégia discursiva, já que usualmente cita especialistas ou autoridades, como uma forma de reforçar a ideologia do sujeito do discurso, além de comprovar a habilidade em tratar de conteúdos diversos.

Ao contrário do enquadramento anterior, no qual a opinião de indivíduos da oposição se sobressaia a comentários feitos por membros do governo, nos deparamos com um espaço notável para o quadro governamental.

O então ministro da Fazenda, Guido Mantega, é um dos exemplos dessa mudança de atores envolvidos nessa estratégia discursiva e sua linguagem corrobora com os elogios e a euforia que intitulam esta categoria. Consideramos ainda que o silenciamento dos atores sociais de oposição pode também ser considerado um traço ideológico produzido por esta estratégia discursiva. Perceba o fragmento da matéria *Late in, first out*:

(...) o ministro da Fazenda, Guido Mantega, destaca o fato de que o Brasil foi uma das últimas grandes economias em entrar em recessão em 2008, e um dos mais rápidos para se recuperar. Esta é a prova, diz ele, dos fortes fundamentos macroeconômicos do Brasil e eficaz das políticas fiscal e monetária<sup>21</sup>.

*The Economist* faz “uso” de Guido Mantega, em uma importante teia de intertextualidade, também para apontar previsões a respeito do crescimento econômico brasileiro. A lentidão no avanço da economia brasileira que esteve presente na forma de severas críticas no discurso do jornal quando Lula iniciou o segundo mandato, desaparece, dando espaço às expectativas do ministro. “Ele espera que a recuperação acelere no terceiro

---

<sup>19</sup> Texto original em inglês: *Brazil's new rules give Petrobras enormous power but also place it under huge strain (...)*.

<sup>20</sup> Texto original em inglês: *The ethanol industry has an impressive record of innovation (...)*

<sup>21</sup> Texto original em inglês: *(...) the finance minister, Guido Mantega, highlights the fact that Brazil was one of the last major economies to fall into recession in 2008, and one of the quickest to bounce back. This is testament, he says, to Brazil's strong macroeconomic fundamentals and effective fiscal and monetary policies.*

e quarto trimestres, enquanto o PIB encolheu 1,5% ano a ano no primeiro semestre de 2009, ele espera um crescimento de 3,5% no segundo. Isso traria crescimento do ano inteiro para 1%”<sup>22</sup>.

Além do ministro brasileiro, o veículo recorre ao *Economist Intelligent Unit*<sup>23</sup> e afirma que o prognóstico de Mantega estava certo, ao contrário do esperado pela própria instituição ligada ao periódico.

Um dos elementos mais importantes de toda esta pesquisa é a referência ao discurso das agências de notação presente nesta matéria. Através da intertextualidade, *The Economist* toma por empréstimo a avaliação que duas das mais relevantes instituições do setor fizeram sobre o Brasil.

Há um vínculo ideológico e uma estrutura de interesses entre o jornal e essas instituições porque como entidades responsáveis por avaliar o grau de solvência, ou não, de Estados e corporações, elas estão diretamente ligadas a órgãos como o Fundo Monetário Internacional (FMI) e o Banco Mundial. O discurso dessas organizações, portanto, mexe com o mercado, assim como, o conteúdo divulgado por *The Economist*.

Defendemos que o jornal precisa desse olhar não só especializado, mas acima de tudo, chancelado pelas instâncias máximas da economia global, a fim de atrair ainda maior atenção e credibilidade às suas páginas; e as agências precisam da visibilidade que a publicação lhes dá, o que aumenta ainda mais o seu poder de influência. Agora, por intermédio do discurso.

De fato, vários bancos e agências de notação têm apontado para uma maior resistência do Brasil a choques externos como a razão para manter a sua notação de crédito relativamente positiva. *Standard & Poor's* e *Fitch* ambos atribuem uma classificação de grau de investimento à dívida soberana do Brasil, e *Moody's* está considerando a possibilidade de elevar a sua classificação para o mesmo<sup>24</sup>.

Nesta matéria, como já destacado, o jornal optou ideologicamente por silenciar o discurso da oposição. Guido Mantega ocupa o lugar não só do governo brasileiro, mas do

---

<sup>22</sup> Texto original em inglês: *He expects the recovery to speed up in the third and fourth quarters; whereas GDP shrank by 1.5% year on year in the first half of 2009, he expects it to grow by 3.5% in the second. This would bring full-year growth to 1%.*

<sup>23</sup> Empresa pertencente ao *The Economist Group*; é responsável por pesquisas e suporte na área financeira.

<sup>24</sup> Texto original em inglês: *Indeed, various banks and credit-risk agencies have pointed to Brazil's resilience to external shocks as the reason to maintain its relatively positive credit ratings. Standard & Poor's and Fitch Ratings both assign an investment-grade rating to Brazil's sovereign debt, and Moody's is considering to upgrade its rating to the same.*

especialista que pode expor as suas ideias, e sem receber críticas, mas elogios, afinal, para o veículo, o ministro tinha conseguido implantar políticas fiscais com um bom custo benefício. “De acordo com Mantega, têm custo equivalente a 1-1,5% do PIB, contra 13% do PIB para a China e 6,7% do PIB para os EUA.”<sup>25</sup>

Em *Brazil takes off* os elogios ao país fazem referência ao banco de investimentos Goldman Sachs (o responsável pela criação do termo BRIC) e demonstram que a instituição bancária estava errada, já que o Brasil cresceria em velocidade maior do que a sugerida pela organização.

*The Economist* vê o crescimento na produção agrícola e de commodities de modo geral no Brasil como uma bênção. Elogios e euforia fazem parte do discurso a respeito do país em relação a esse avanço. O veículo considera o que vem ocorrendo no campo uma revolução verde e intertextualiza seu discurso por intermédio do então diretor da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), Pedro Antônio Pereira. “(...) Nos últimos 30 anos a terra apenas mais 20% da terra tem se tornado de uso agrícola, mas a produção aumentou 150%, afirma Pedro Antonio Pereira, diretor da Embrapa.”<sup>26</sup>

Ao invés de ceticismo ou crítica sobre o avanço de um setor primário da economia, *The Economist* após utilizar-se da intertextualidade, reforça os elogios devido à tecnologia empregada no Brasil. Inicialmente, o diretor da Embrapa informa que o objetivo da entidade é tornar o país o maior exportador de alimentos do mundo até 2025, ultrapassando os Estados Unidos. O veículo ratifica: “Em São Carlos, no estado de São Paulo, a Embrapa tem o único laboratório do mundo a implantar a nanotecnologia na agricultura, criando variedades de plantas que absorvem o fertilizante mais eficientemente.”<sup>27</sup>

## Nomeação

Como já visto, a escolha das palavras, além da criatividade do sujeito do discurso, demonstra seus fundamentos ideológicos. No caso de *The Economist*, a estreita relação com o

---

<sup>25</sup> Texto original em inglês: *According to Mr Mantega, they have cost the equivalent of 1-1.5% of GDP, as opposed to 13% of GDP for China and 6.7% of GDP for the US.*

<sup>26</sup> Texto original em inglês: *(.. ) over the past 30 years only 20% more land has come into agricultural use but production has risen by 150%, says Pedro Antonio Pereira, Embrapa’s director.*

<sup>27</sup> Texto original em inglês: *In São Carlos, in São Paulo state, Embrapa has the world’s only laboratory deploying nanotechnology for agriculture, creating plant varieties that absorb fertiliser more efficiently.*

liberalismo norteia suas estratégias discursivas a respeito de variados assuntos que vão de agricultura à democracia.

Quando o jornal fala sobre o Brasil em momentos anteriores ao do equilíbrio monetário, creditado pelo próprio veículo aos governos FHC e Lula, o país vivia um clima político de *instabilidade* – consideramos que a escolha desse termo, e não de outro transmite uma carga de significados que corrobora com a incerteza do veículo em relação ao Estado brasileiro de anos atrás.

Quando as políticas monetárias seguem princípios liberais, para *The Economist*, o investidor estrangeiro é tratado com *respeito*, como colocado em *Brazil takes off*. O termo *respeito* assume uma significação contundente e que ajuda a transformar o *ethos* do país frente a suas relações de mercado.

Em *The democratic routine* o veículo usou a palavra *liderança* para discutir a relação do Brasil com os pares latino-americanos, do mesmo modo que respeito, liderança é algo positivo, diferentemente de *domínio*, que pode conduzir à uma visão estereotipada de imperialismo.

*It's only natural* utiliza o termo *bênção*, comum ao campo religioso, para descrever o que considera um pujante vetor da economia brasileira: as *commodities*. Entendemos que a terminologia empregada reforça o formato elogioso da matéria acerca da agricultura, além das reservas de combustível do país.

Ao defender a importância das *commodities* para o crescimento brasileiro, o jornal utiliza a expressão *volatilidade* para refletir sobre as variações de preços dessas mercadorias, consideramos *volatilidade* um termo brando, que poderia ser substituído por insegurança, instabilidade, incerteza, dentre outros, que carregam um teor negativo certamente mais acentuado.

## Textos não verbais

Vivemos mais do que nunca em uma sociedade imagética em que os signos não verbais ocupam espaço notável nos diferentes meios desde o impresso até o digital. Asseguramos, portanto, a relevância de duas imagens que corroboram com os elogios e a euforia presentes nas matérias discutidas neste enquadramento.

Em *Brazil takes off*, o texto não verbal oferece reforça a construção de sentido presente no título e serve como ancoragem precisa ao texto verbal. Além de transmitir velocidade, que era de acordo com o jornal, o novo traço da economia brasileira, a imagem associa o leitor imediatamente ao Brasil, através da figura do Cristo Redentor, no Rio de Janeiro, um dos símbolos icônicos mais associados ao país no mundo inteiro.

Destaque ainda para a grande massa de nuvens negras que parecia impedir a “decolagem econômica” do país. Elas seriam, para *The Economist*, o resultado da ineficácia do país em seguir, ao menos inicialmente, os ensinamentos liberais. “Coisa do passado.”

**Figura 1 – O Brasil decola**

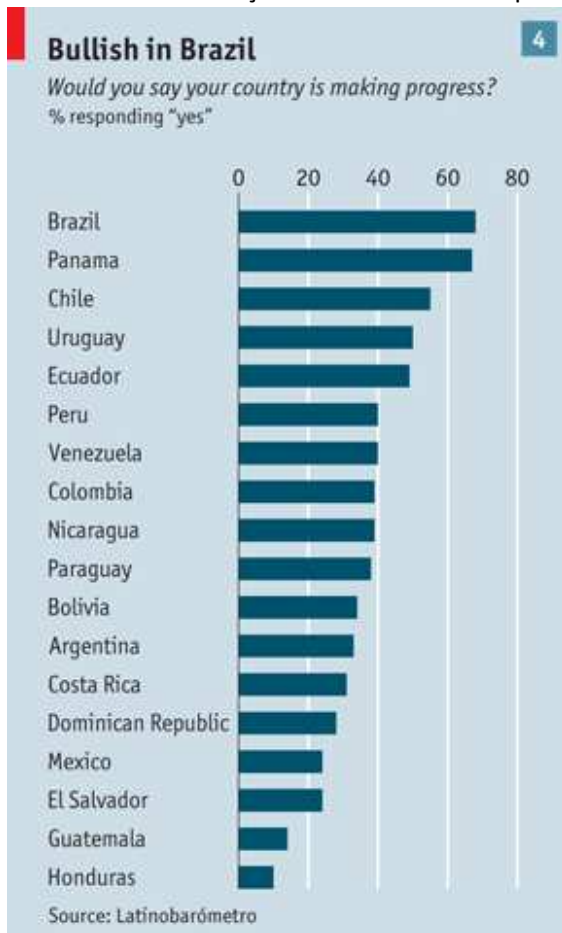


**Fonte:** *Rex Features/The Economist*

O gráfico 1 direciona o seu discurso imagético para o papel de liderança do Brasil em termos econômicos na América Latina e reitera o avanço econômico brasileiro e a confiança do povo no governo Lula.



Gráfico 1 – Confiança no crescimento do país



Fontes: The Economist/ The Economist Intelligence Unit

## Título e subtítulo

Elementos privilegiados em termos espaciais e que, portanto, exercem historicamente um alto grau de influência sobre o consumidor da notícia. Em três das quatro matérias presentes nesta categoria percebemos uma recorrência de manifestações discursivas elogiosas e mesmo eufóricas a respeito do Brasil, em que o subtítulo ratifica a mensagem positiva transmitida pelo título.

*Brazil takes off* (o Brasil decola) além do discurso elogioso, o título está interligado a um subtítulo revelador e mesmo eufórico, o que reforça a construção de sentidos que permeia o restante do texto, além do texto não verbal (estudado a seguir). *Now the risk for*

*Latin America's big success story is hubris*<sup>28</sup> - agora pensar sobre risco em relação a grande história de sucesso latino-americana é arrogância.

O subtítulo ajuda a desconstruir os momentos em que a incerteza e mesmo o pavor eram recorrentes no discurso sobre o Brasil. Paradoxalmente a postura discursiva do jornal a respeito do país poderia ser tida como arrogante no início do segundo mandato de Lula, contudo, as novas estratégias discursivas buscadas pelo veículo atingem um grau de partidarismo.

*Late in, first out* – último a entrar, primeiro a sair – o destaque recai igualmente no elogio à eficiência do Governo Lula, anteriormente criticado pelo prognóstico otimista sobre a crise, se transforma em um exemplo de liderança para a América Latina, como o subtítulo aponta em discurso eufórico: *Brazil is the first Latin American country to emerge from recession* – o Brasil é o primeiro país latino-americano a emergir da recessão.

*The democratic routine* – A rotina democrática inicia demonstrando um aspecto central à condução de uma economia de mercado, como *The Economist* defende desde a sua fundação: a democracia. O subtítulo direciona novos elogios que estariam presentes em toda a matéria sobre o Brasil emergente do final de 2010, portanto, nos momentos finais da gestão do ex presidente Lula: *Resilience in the crisis and a robust recovery have brought a sunnier mood* - resistência em meio à crise e uma recuperação robusta trouxeram um ânimo mais leve.

## **Lula lá e Considerações Finais: Um pouco do discurso *Folk* que conquistou a bíblia do liberalismo mundial**

Antes da euforia ora exposta, pouco a pouco que *The Economist* vinha iniciando um processo “lento e gradual” percurso discursivo que foi do medo ao entusiasmo com o governo do ex-Presidente Lula. Momento notável em torno do olhar esperançoso do veículo é *A test of faith in Lula*. O texto traz um discurso de apoio ao então presidente, mesmo que ele viesse recebendo críticas devido ao baixo crescimento econômico do país, se comparado ao governo anterior. Chama atenção logo de início a comparação feita entre o carisma de Luiz Inácio Lula

---

<sup>28</sup> Optamos por traduzir já ao lado por se tratar de um texto curto e – dessa forma – tornamos a leitura mais agradável e ágil.

da Silva e o de outros Chefes de Estado, além da imagem do PT comparada à de outros partidos.

MAIS do que a maioria dos presidentes, o presidente do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva é sustentado pela fé popular. Os brasileiros creem que ele vai melhorar a vida dos pobres e que o seu Partido dos Trabalhadores (PT) é mais sério do que os outros, cuja regra é a corrupção<sup>29</sup>.

No discurso empregado por *A time to talk, a time to do* o papel do Brasil perante à AL é comparado ao de um líder, por isso, o jornal levanta novos desafios para o país. Caso o Governo Lula vença as dificuldades expostas por *The Economist*, a esperança poderá ultrapassar o mercado financeiro e servir de exemplo aos demais países latino-americanos. Liberalismo como primeira condição, é isso que entoa o discurso:

Se ele tiver sucesso, os benefícios irão se espalhar para além do Brasil. Muitos de seus vizinhos estão em apuros. A Argentina está falida, e oscila à beira do Uruguai, Venezuela e agora Bolívia estão divididos por conflitos, enquanto a Colômbia foi atacada pelo terrorismo financiado pelo narco-tráfico. A região precisa urgentemente de um exemplo positivo de continuidade democrática, combinada com uma ampla agenda de reformas sociais e econômicas, em que os pobres podem ver a esperança de uma vida melhor à frente. Lula pode incorporar isso ao seu governo não apenas em seus discursos, mas através de leis<sup>30</sup>.

## Enfatização

O trecho a seguir extraído de *Lula's burden of hope*, além de estabelecer analogias (já discutidas), enfatiza os aspectos que sustentam este enquadramento, cuja base é composta pelo discurso que expõe dúvidas, desafios e esperança sobre o Brasil emergente governado pela primeira vez por Luiz Inácio Lula da Silva:

"ESPERANÇA e história" são duas palavras que os brasileiros costumam usar com frequência ao falar de seu novo presidente, Luiz Inácio Lula da Silva[...] Lula se comprometeu a entrar em guerra contra a fome e o desemprego, sem prejudicar as finanças frágeis do Brasil. Agora, depois de uma transição suave do poder por Fernando Henrique Cardoso, o

<sup>29</sup> Texto original em inglês: *MORE than most presidents, Brazil's Luiz Inácio Lula da Silva is sustained by popular faith. Brazilians assume that he will better the lot of the poor and that his Workers' Party (PT) is nobler than the corrupt norm.*

<sup>30</sup> Texto original em inglês: *If he succeeds, the benefits will spread beyond Brazil. Many of its neighbours are in deep trouble. Argentina is bankrupt, and Uruguay teeters on the brink; Venezuela and now Bolivia are riven by conflict, while Colombia is assailed by drug-financed terrorism. The region desperately needs a positive example of democratic continuity, combined with a broad agenda of social and economic reform, in which the poor can see hope of a better life ahead. If Lula is to embody that, it will not just be by speeches but in laws.*

presidente nos últimos oito anos, ele deve começar a viver de acordo com este pesado fardo das expectativas<sup>31</sup>.

A esperança é grafada com letra maiúscula no afã de chamar ainda mais atenção do consumidor da notícia, que através do discurso adotado nesta matéria, faz a leitura de que esperança sem atitudes coerentes acerca das obrigações econômicas do país seria um dos ingredientes do temor dos investidores, responsável por fuga de capitais e “falência” do modelo Lulista de gestão.

Em *Lula's messages for two worlds* a ênfase recai inicialmente na popularidade do novo presidente diante de um público que não agrada o jornal: os socialistas de Porto Alegre: “[...]uma multidão exuberante de 75.000 pessoas no Fórum Social Mundial, um encontro mundial da esquerda radical.”. Na sequência, entretanto, *The Economist* também enfatiza os elogios feitos ao ex-presidente pelos capitalistas de Davos: [...] seu discurso foi recebido com entusiasmo pelos empresários e banqueiros [...].

Em *A time to talk and a time to do* – a ênfase ocorre em relação à necessidade de reformas: “Sem a reforma das finanças públicas, como o Sr. da Silva está descobrindo, o Brasil não só é obrigado a sofrer com as taxas de juros altíssimas, mas deve colocar no mercado excedentes orçamentários enormes a fim de arcar com as suas dívidas.”<sup>32</sup>

## Intertextualidade

O discurso de *Lula's burden of hope* aponta para a esperança de melhorias na gestão Lula, especialmente devido a parcerias com partidos de centro e à distribuição de cargos de interesse ao mercado, para profissionais experimentados em finanças e ideologicamente ligados ao liberalismo. É a fala desses atores que recebe espaço privilegiado no conteúdo

---

<sup>31</sup> Texto original em inglês: “HOPE” and “history” are two words Brazilians often use in talking of their new president, Luiz Inácio Lula da Silva, who took office on January 1st. He has already made history by becoming the first left-winger to be elected to the office, by a landslide in October; it is a sign of how much Brazil's democracy has matured that nobody is surprised that not a peep has come from the armed forces, who ruled from 1964 to 1985. The hope is that Lula, as he is universally known, who was born poor and came to politics via the factory floor and the picket line, will restore Brazil's economic fortunes in a way that lifts up the poorest in a notoriously unequal society. In an emotional inauguration that drew 100,000 supporters to Brasília, Lula promised to wage war on hunger and unemployment without upsetting Brazil's fragile finances. Now, after a smooth handover of power by Fernando Henrique Cardoso, the president for the past eight years, he must start to live up to this heavy burden of expectations.

<sup>32</sup> Texto original em inglês: Without reform in the public finances, as Mr da Silva is discovering, Brazil is not only forced to suffer sky-high interest rates but must crank out huge budget surpluses in order to service its debts.

deste enquadramento; uma clara tentativa de influenciar o leitor sobre questões de interesse do sujeito do discurso. Assim, a esperança ia pouco a pouco obtendo maior espaço no discurso de *The Economist* sobre o Governo Lula.

O ministro das Relações Exteriores, Celso Amorim, diplomata de carreira, é um ex-embaixador na Organização Mundial do Comércio. O ministro da Indústria e Comércio, Luiz Fernando Furlan, chefe de uma grande indústria frigorífica, vem de um setor que tem mais a ganhar do que temer com o livre comércio. Sua abordagem para as negociações sobre a Área de Livre Comércio das Américas é susceptível de ser assertivo, mas não hostil. Se o governo desviar da ortodoxia do seu antecessor, será em áreas como a política industrial, onde alguns dos nomeados de Lula estão interessados em ativismo<sup>33</sup>.

*Picking losers* mais parece um arauto de esperança acerca dos primeiros passos do Governo Lula. O presidente estava há apenas uma semana no cargo e o discurso se apoiava em aspectos inimagináveis se comparados a textos analisados em 2002, cuja orientação voltava-se a questões como incerteza e pânico.

Defendemos que uma das principais razões pelas quais identificamos essa transição é o espaço destinado à fala do próprio ex-presidente, que aparece como uma “garantia” acerca da própria visão otimista do jornal.

Além do cumprimento de metas, o que pode soar prematuro, o discurso defende o equilíbrio e mesmo a sabedoria do governante em tentar trazer para o seu lado também os partidos que perderam as eleições.

Outro aspecto é igualmente decisivo para entendermos a mudança no discurso a respeito de Lula e do seu governo: a sua credibilidade em defender o equilíbrio de interesses dos ricos e dos desassistidos. Com poucos dias no poder, ele já era apontado como o responsável por ter a condição de melhorar a vida dos pobres e, como a própria matéria sugere, beneficiar o mercado financeiro, o que podia parecer absurdo.

---

<sup>33</sup> Texto original em inglês: *The new government seems likely to adopt a pragmatic stance on trade policy, despite the PT's traditional support for protectionism. The foreign minister, Celso Amorim, a career diplomat, is a former ambassador to the World Trade Organisation. The industry and trade minister, Luiz Fernando Furlan, head of a big meat producer, comes from an industry that has more to gain than to fear from freer trade. Their approach to the talks on the Free-Trade Area of the Americas is likely to be assertive but not hostile. If the government deviates from its predecessor's orthodoxy, it will be in areas such as industrial policy, where some of Lula's appointees are keen on activism.*

O discurso do próprio Lula já havia trazido demonstrações acerca do desejo de implantar políticas capazes não apenas de diminuir o fosso social, mas de beneficiar os mais abastados.

Queremos que os bancos ganhem dinheiro, que os empresários ganhem dinheiro, que os empresários ganhem dinheiro que todo mundo ganhe dinheiro, porque se não ganharam, quem vai perder é o povo. Nós precisamos que as empresas cresçam, que gerem empregos, que as nossas fazendas produzam, que gerem empregos<sup>34</sup>.

O então presidente já demonstrou também a sua preocupação sobre as relações entre a economia, a política e a persuasão, o que entendemos como discurso: “A economia não depende da vontade apenas de uma pessoa, depende de um conjunto de acertos que a pessoa fizer e de um conjunto de pessoas que estiverem convencidas daqueles acertos<sup>35</sup>.”

Há uma consonância ideológica entre o ex-presidente Lula e *The Economist*, amparada pelo poder de persuasão do então presidente e pela condução da política econômica brasileira, como prometido durante a campanha eleitoral e cumprida no primeiro mandato. É por isso que o discurso dos investidores recebe espaço privilegiado, servindo como chancela às considerações do próprio veículo acerca da honradez do então presidente.

Há sete semanas na presidência, Luiz Inácio Lula da Silva ainda parece uma presença confortável como líder do Brasil. No ano passado, durante a campanha eleitoral, os investidores estavam tão em pânico em relação a ele, que faltou pouco para a América Latina sofrer um colapso financeiro. Quando o Sr. da Silva aceitou um acordo com o FMI, eles voltaram a respirar, e desde que assumiu o cargo, eles foram agraciados com o enxugamento nos gastos, para tentar resolver as finanças do país, e duas elevações nas das taxas de juros, para ajudar a controlar a inflação<sup>36</sup>.

---

<sup>34</sup> Discurso realizado em 26/03/08 no Recife-PE. Assinatura de ordem de início de obras do PAC no estado de Pernambuco. Ver mais em: Kamel, Ali. *Dicionário Lula: um presidente exposto por suas próprias palavras*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

<sup>35</sup> Discurso realizado em 28/03/06 em Brasília-DF. Posse do novo ministro da Fazenda, Guido Mantega. Ver mais em: Kamel, Ali. *Dicionário Lula: um presidente exposto por suas próprias palavras*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

<sup>36</sup> Texto original em inglês: Seven weeks into his presidency, Luiz Inácio Lula da Silva still seems a comfortable presence as leader of Brazil. Last year, during the election campaign, investors were so panicked by him that they took Latin America's biggest economy close to financial meltdown. When Mr da Silva accepted an accord with the IMF, they breathed again; and since he took office they have been cheered by a spending squeeze, to try to settle the country's finances, and two rises in interest rates, to help control inflation.

Orlandi (2008) acredita que através da interpretação deslocamos a noção de ideologia de uma formulação sociológica para uma formulação discursiva. É o que buscamos quando estudamos o discurso que *The Economist* assume sobre o Governo Lula, não apenas nos instantes de críticas ou dúvidas, mas mesmo quando há avaliações positivas que representam esperança. Afinal, como Orlandi (2008) atesta não se pode não significar ou fazer significar, já que todo discurso é levado a dizer o que “isto” quer dizer.

Com base ainda no citado autor, interpretamos os números que descrevem a queda na economia do país em 2003 mais como uma estratégia usual do campo do jornalismo econômico do que como um discurso que macula a imagem do Brasil. Nossa interpretação se justifica pela continuidade ideológica do texto.

Lula e sua equipe econômica prometeram que a política fiscal apertada e monetária de seu primeiro ano de mandato levaria à retomada do crescimento e mais empregos no segundo. A dor é palpável o suficiente: no ano anterior em janeiro, o salário médio caiu 6,2% em termos reais, enquanto o desemprego nas grandes cidades aumentou de 11,2%, para 11,7%. O consumo das famílias caiu 3,3%, um recorde em 2003, enquanto os pagamentos de juros sobre a dívida pública frearam quase 10% do PIB<sup>37</sup>.

Em sua continuidade o discurso se aproxima do seu interlocutor, em tese, de mesma postura ideológica, além de uma visão empoderada do emissor, que constrói o *ethos* de profundo conhecedor da realidade econômica global, o que possibilita aos seus artigos influenciar na tomada de decisão dos seus leitores e mesmo desafiar o governo brasileiro.

Então quando é que os ganhos vêm? Os críticos veem a política macroeconômica do governo como perversa. Taxas de juros reais estão entre as maiores de qualquer grande economia, mesmo após a queda de dez pontos do ano passado na taxa de referência do Banco Central. Seus lamentos são cada vez mais estridentes, em parte porque o Banco Central tem se mantido estável (menos 16,5%) nos últimos dois meses. Antônio Delfim Netto, um deputado aliado ao governo, deu o aviso que a obsessão do banco de bater sua meta de inflação (de 5,5%) poderia condenar a economia a um crescimento medíocre este ano<sup>38</sup>.

---

<sup>37</sup> Texto original em inglês: *Lula and his economic team promised that the tight fiscal and monetary policies of their first year in office would lead to renewed growth and more jobs in the second. The pain is tangible enough: in the year to January, average wages fell 6.2% in real terms, while unemployment in the big cities rose to 11.7%, from 11.2%. Household consumption fell a record 3.3% in 2003, while interest payments on the public debt snaffled almost 10% of GDP.*

<sup>38</sup> Texto original em inglês: *So when will the gains come? Critics see the government's macroeconomic policy as perverse. Real interest rates are among the highest of any large economy, even after last year's ten-point decline in the central bank's benchmark rate. Their laments are growing more shrill, partly because the*

Por fim, foi a linguagem permeada por atitudes equilibradas nas diferentes searas envolvidas por uma aura da simplicidade do homem retirante, operário e líder sindical, que deixa o espaço de oprimido para ocupar o lugar de Chefe de Estado de uma das maiores economias do planeta, que efetivamente promoveu elogios ao Brasil na bíblia do liberalismo mundial: *The Economist*.

“Vocês tão chorando por quê? Até eu terminar o mandato dá pra dar canetada que só a ‘misera!’”<sup>39</sup> Fica o registro acadêmico desse momento da história recente do país, dessa linguagem *folk* que percorreu o mundo em tom conciliador e que ajudou a encher a “pança” de milhões de compatriotas, como dito pelo próprio líder, por meio de diferentes programas contra a fome. Por fim, em meio ao atual contexto socioeconômico os elogios e euforia parecem vaga lembrança em meio ao crescimento exponencial da miséria dos tempos pandêmicos e de mudanças na visão defendida pelo contemporâneo modelo de Governo Federal; que a referida vaga lembrança seja ao menos dotada de esperança!

## Referências

BOURNE, Richard. **Lula do Brasil: a história real do Nordeste ao Planalto**. São Paulo: Geração Editorial, 2009.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de Análise do Discurso**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. São Paulo: Contexto, 2006.

CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso: modos de organização**. São Paulo: Contexto, 2008.

COURTINE, Jean-Jacques. **Metamorfoses do discurso político**. São Carlos, SP: Claraluz, 2006.

DALPIAZ, Jamile. Imprensa e ideologia: a cobertura do governo brasileiro pelos jornais britânicos. **Comunicação e Educação**, São Paulo, v.I, n. 2, p. 65-76, 2008.

*central bank has held this steady (at 16.5%) for the past two months. Antônio Delfim Netto, a congressman friendly to the government, gave warning that the bank's obsession with hitting its inflation target (of 5.5%) could condemn the economy to mediocre growth this year.*

<sup>39</sup> Último discurso público do então Presidente Lula em dezembro de 2010 antes de concluir o segundo mandato no Recife Antigo, área histórica e central da capital pernambucana. A expressão dita por ele “que só a misera!” significa “um monte” e dizia respeito à série de medidas que ainda seria capaz de tomar em benefício popular até o efetivo término do mandato.



- FAUSTO NETO, Antônio; VERÓN, Eliseo (Org). **Lula Presidente: televisão e política na campanha eleitoral**. São Paulo: Hacker; São Leopoldo, RS: Unisinos, 2003.
- GNERRE, Maurizio. **Linguagem, escrita e poder**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- GUIZZO, J. **Lula Luís Inácio da Silva entrevistas e discursos**. Guarulhos: O Repórter de Guarulhos, 1981.
- KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo Econômico**. São Paulo: Edusp, 2000.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. 3. ed. Campinas: Pontes, 1997.
- MELO, José Marques de; FERNANDES, Guilherme Moreira (orgs.). **Metamorfose da Folkcomunicação**. São Paulo: Editae Cultural, 2013.
- PARANÁ, Denise. **Lula o filho do Brasil**. 3. ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2008.
- PÊCHEUX, Michel. **O discurso**. 3. ed. Campinas: Pontes, 2002.
- PROCÓPIO, Pedro; GOMES, Isaltina. **Newsweek um outro olhar sobre o Brasil**. In XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR: 2009.
- PROCÓPIO, Pedro. **O Brasil Emergente nas Páginas de The Economist: Relações Entre Economia e Discurso no Governo Lula**. Recife: Bagaço, 2012.
- SANTOS, Pedro Paulo Procópio de Oliveira. **O reforço na construção da identidade cultural do povo baiano através da campanha publicitária - para a tv – promovida pelo Governo do Estado em 2002**. Trabalho de conclusão de curso (Especialização) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2003.
- SCOLESE, Eduardo; NOSSA, Leonencio. **Viagens com o Presidente**. Rio de Janeiro: Record, 2006.
- TREIN, Sérgio. As figuras retóricas utilizadas na estrutura linguageira do Presidente Lula. In: LOPES, Fernanda; SACRAMENTO, Igor (Orgs.). **Retórica e Mídia**. Florianópolis: Insular, 2009.
- VAN DIJK, Teun. **Cognição, discurso e interação**. São Paulo: Contexto, 2008.

## Da 'zueira' ao discurso político: o caráter propagandístico dos *stickers* no Whatsapp<sup>1</sup>

Sergio Roberto Trein<sup>2</sup>

Submetido em: 21/04/2021

Aceito em: 01/06/2021

### RESUMO

Os *stickers* podem ser definidos como adesivo, etiqueta e figurinha. Muito semelhantes aos tradicionais *gifs* e *emoticons*, nas conversas digitais, os *stickers* têm suprimido o uso de palavras e imagens. Por serem polissêmicos, podem ser empregados em diferentes situações de interação, o que dá um tom mais divertido ao assunto a que se referem. Esta situação linguageira é o que a Análise de Discurso define como um deslizamento discursivo. Ou seja, por meio de incisões e elipses discursivas há uma ruptura na linearidade do discurso original. No caso da política, entretanto, mesmo que um novo sentido seja construído, o caráter propagandístico dos *stickers* permanece. Através da pesquisa exploratória e empírica, o objetivo deste estudo é o de compreender os deslizamentos de sentido dos discursos políticos para os *stickers*. Para isso, como principal suporte teórico-metodológico, utilizou-se a proposta de Análise de Discurso desenvolvida por Patrick Charaudeau. Em especial, por meio de duas modalidades de construção e organização do discurso: o modo de organização descritivo e o modo de organização argumentativo. Em seus componentes linguísticos, o modo descritivo e o modo argumentativo possuem os procedimentos de nomear, qualificar, situar-localizar e as asserções de partida, de passagem e de chegada, importantes na nossa investigação e para a compreensão dos deslizamentos discursivos e os novos sentidos produzidos. Como *corpus* de pesquisa, foram escolhidos quatro *stickers* veiculados no Whatsapp, em 2020. O critério de seleção foi o da conveniência, pois não há critérios específicos que devam ser considerados para a escolha da amostra.

### PALAVRAS-CHAVE

Discurso; persuasão; *stickers*; Whatsapp.

---

<sup>1</sup> Este texto é uma continuação de uma pesquisa, que iniciou em 2019 e foi publicada, parcialmente, nos anais do VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política.

<sup>2</sup> Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Roraima. Integrante do Grupo de Pesquisa Comunicação Eleitoral, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, na Universidade Federal do Paraná. Correio eletrônico: sergiotrein@uol.com.br

## **From 'play' to political discourse: the propagandistic nature of stickers on Whatsapp**

### ABSTRACT

Stickers can be defined as sticker, label and sticker. Very similar to traditional gifs and emoticons, in digital conversations, stickers have suppressed the use of words and images. Because they are polysemic, they can be used in different situations of interaction, which gives a more fun tone to the subject to which they refer. This linguistic situation is what Discourse Analysis defines as a discursive slide. That is, through incursive and discursive ellipses there is a rupture in the linearity of the original discourse. In the case of politics, however, even if a new meaning is constructed, the propagandistic character of the stickers remains. Through exploratory and empirical research, the aim of this study is to understand the slippage of meaning in political discourses for stickers. For that, as the main theoretical-methodological support, the Discourse Analysis proposal developed by Patrick Charaudeau was used. In particular, through two modalities of construction and organization of discourse: the descriptive organization mode and the argumentative organization mode. In its linguistic components, the descriptive and the argumentative modes have the procedures of naming, qualifying, situating and locating the starting, passing and arriving assertions, which are important in our investigation and for the understanding of discursive slips and new meanings. produced. As a research corpus, four stickers published on Whatsapp in 2020 were chosen. The selection criterion was that of convenience, as there are no specific criteria that should be considered when choosing the sample.

### KEY-WORDS

Discourse; persuasion; stickers; Whatsapp.

## **De la broma al discurso político: el carácter propagandístico de los stickers en Whatsapp**

### RESUMEN

Stickers pueden definirse como adhesivos. Muy similar a los gifs, stickers han suprimido el uso de palabras e imágenes. Por ser polisémicos, se pueden utilizar en diferentes situaciones de interacción, lo que le da un tono más divertido al tema al que se refieren. Esta situación lingüística es lo que el análisis del discurso define como un deslizamiento discursivo. Es decir, a través de incursiones y elipses discursivas, se produce una ruptura en la linealidad del discurso original. En el caso de la política, sin embargo, incluso si se construye un nuevo significado, el carácter propagandístico de los stickers permanece. A través de una investigación exploratoria y empírica, el objetivo de este estudio es comprender el deslizamiento de significado en los discursos políticos de los stickers. Para ello, como principal soporte teórico y metodológico, se utilizó la propuesta de Análisis del Discurso desarrollada por Patrick Charaudeau. En particular, a través de dos tipos de construcción y organización del discurso: el modo de organización descriptiva y el modo de organización argumentativa. En

sus componentes lingüísticos, los modos descriptivo y argumentativo tienen los procedimientos de nombrar, calificar, situar y ubicar las aseveraciones de inicio, paso y llegada, que son importantes en nuestra investigación y para la comprensión de deslices discursivos y nuevos significados producidos. Como corpus de investigación se eligieron cuatro stickers publicados en Whatsapp en 2020. El criterio de selección fue el de conveniencia, ya que no existen criterios específicos que deban ser considerados a la hora de elegir la muestra.

## PALABRAS-CLAVE

Discurso; persuasión; stickers; Whatsapp.

## Introdução

O termo *sticker* não possui uma origem bem definida. Não há um consenso entre os autores neste sentido. Para Carmelino e Kogawa (2020), o significado de *sticker* seria “pessoa que cola cartazes” ou também “adesivo”. Na linguagem comum, de maneira mais coloquial, passou a ser definido como adesivo, etiqueta e figurinha. Segundo Burkeman e Locascio (2010) e Walde (2007), diante das repressões que acompanhavam a produção dos grafites como uma expressão urbana, os artistas encontraram, em 1960, uma solução criativa capaz de superar as leis proibitivas. Através da criação do adesivo “Hello, my name is...” (“Olá, meu nome é...”), colado nas ruas da cidade de Nova Iorque, os artistas passaram a incentivar as pessoas a se conhecerem e assinar seus nomes.

Quatro anos mais tarde, em 1984, de acordo com Walde (2007), o *sticker* ganhou ainda mais notoriedade, quando especialmente as bandas de *punk rock* colavam adesivos em seus instrumentos musicais. Porém, como afirmam Carmelino e Kogawa (2020), somente nos anos 1990 é que os *stickers* alcançaram a sua condição de arte de rua – uma versão da cultura alternativa –, assim como o grafite. Na opinião das autoras, mesmo que os *stickers* ainda possam ser vistos e encontrados nas ruas, esse tipo de prática não é tão comum quanto foi em décadas passadas. O que se observou, no entanto, é que os *stickers* acabaram emergindo revitalizados nos meios digitais.

Conforme Carmelino e Kogawa (2020), os *stickers* – no campo digital – configuram-se por elementos imagéticos e/ou verbais. São fáceis de serem criados, desenvolvidos muitas vezes até com baixa qualidade técnica ou estética, inclusive em montagens desproporcionais e sem preocupação quanto ao acabamento da figura. Os *stickers* são muito semelhantes aos tradicionais *gifs* e *emoticons*. Entretanto, estes *emojis* e *emoticons*, em função dos *stickers*,

têm se tornado obsoletos. O uso deste tipo de linguagem tem suprimido, muitas vezes, nas conversas *on-line*, palavras e imagens. Além disso, como uma decorrência deste comportamento digital, as pessoas têm colecionado os *stickers* como respostas prontas para a utilização em ocasiões futuras. Por serem polissêmicos, eles podem ser empregados em diferentes situações de interação, o que dá um tom mais divertido e atual ao assunto a que se referem.

Esta situação linguageira que se cria é o que a Análise de Discurso define como um deslizamento discursivo. Ou seja, por meio de incisões e elipses discursivas há uma ruptura na linearidade do discurso original. Ao parafrasear a mensagem, o sujeito é capaz de distorcer um sentido que estava definido originalmente, mas permanece promovendo uma circularidade do discurso político. O 'novo' sentido será construído tanto pela incisão (acréscimo de pedaços ou enunciados), como pela elipse (retirada de pedaços ou enunciados).

Segundo Ochoa (1999), os *stickers* se enquadram em uma série de gêneros e formatos que podem se transformar em canais de comunicação política para a população, tais como: as petições, documentos e certidões solicitadas pelos indivíduos; os serviços de reclamações; os boletins de imprensa; as charges políticas; o humor político; o teatro político; os editoriais e as colunas dos veículos de comunicação sobre política; as entrevistas, declarações e discursos; os debates; as campanhas eleitorais; os cartazes de rua; os *sites* e páginas pessoais na *internet*; as músicas; e até mesmo os monumentos; entre tantos outros. São considerados por Charaudeau (2018) como lugares de construção do discurso político. Ao mesmo tempo, porém, a circulação de *stickers* constitui-se numa espécie de paradoxo, pois o que se vê em relação à política é uma crise da democracia formal, gerada pelo aumento do clima de desconfiança nas instituições, em função da insatisfação das pessoas com os políticos e com as administrações públicas, como afirma Moisés (2005).

Com base em tudo o que apresentamos até aqui, o nosso estudo se enquadra no campo das metodologias qualitativas, que são caracterizadas pela descrição, compreensão e interpretação de fatos e fenômenos, de acordo com Verón (1997). Sendo ainda mais específico, as pesquisas qualitativas têm, por objetivo, investigar o significado das relações humanas e sociais, tornando possível compreender os fenômenos com dados não quantificáveis (VERÓN, 1997). Entre as opções de pesquisa existentes, nossa escolha foi pela pesquisa exploratória e empírica, por convidar o pesquisador a voltar o seu olhar para

acontecimento de práticas, processos e circuitos, na tentativa de estabelecer um contato maior com a situação pesquisada, para descrever e perceber fenômenos a ela relacionados.

Desta forma, através da pesquisa exploratória e empírica, o objetivo deste estudo é – através de uma análise da estrutura discursiva – o de compreender os deslizamentos de sentido dos discursos políticos para os *stickers*. Para isso, como principal suporte teórico-metodológico, utilizou-se a proposta de Análise de Discurso desenvolvida por Patrick Charaudeau (2008). Em especial, por meio de duas modalidades de construção e organização do discurso: o modo de organização descritivo e o modo de organização argumentativo. Em seus componentes linguísticos, o modo descritivo e o modo argumentativo possuem os procedimentos de nomear, qualificar, situar-localizar e as asserções de partida, de passagem e de chegada, importantes na nossa investigação e para a compreensão dos deslizamentos discursivos e os novos sentidos produzidos. Como *corpus* de pesquisa, foram escolhidos quatro *stickers* veiculados no Whatsapp, em 2020. O critério de seleção foi o da conveniência. Para isso, foram consultados cinco grupos de Whatsapp: dois grupos de família, dois grupos de atividades sociais e um grupo profissional de professores universitários. Todos compostos por pessoas residentes na cidade de Porto Alegre, maiores de 18 anos e com orientações políticas diferentes.

## Discurso e persuasão

A palavra pode ser tão mágica que, em muitas oportunidades, não importa sequer o seu significado. Um indivíduo pode até não saber o que uma palavra significa, ainda assim ela tem a capacidade de convencê-lo, de envolvê-lo, de encantá-lo. O mesmo resultado pode ser conseguido através do uso de imagens, de sons e da construção de todo um cenário e de todo um ambiente. Cada um destes instrumentos tem uma força persuasiva, uma capacidade de convencimento e um poder de convicção característicos, que permite que suas mensagens atinjam seus objetivos – com maior ou menor intensidade – seja de forma isolada ou associando-se uns aos outros.

Associada, ou não, a uma figura, a palavra consegue criar imagens na cabeça das pessoas. Praticamente tudo pode ser representado pela linguagem verbal ou não-verbal. Amor, raiva, poder, medo, esperança, culpa, alegria, cada emoção ou cada sentimento possui uma palavra, um gesto ou um som, que a descreva e a torne compreensível. Todo esse

poderio das palavras vem servindo não apenas na comunicação entre os indivíduos, mas, também, para que os políticos tentem prevalecer a sua vontade, em relação à opinião dos outros. Os recursos da linguagem verbal e da não-verbal têm sido importantíssimos na construção, na difusão e na manutenção da propaganda política de todos os regimes e sistemas de domínio ou de oposição ao modelo político vigente, desde as civilizações mais antigas até as modernas sociedades contemporâneas.

No passado, o uso da força era o instrumento central de afirmação do poder, dentro da sociedade. A partir do momento em que se criaram comunidades mais complexas, constituídas por um número de indivíduos e grupos cada vez maiores, o problema do controle social e político da conduta humana tornou-se mais complicado, como afirma Gomes (2000). Isso não eliminou o uso dos antigos instrumentos coercitivos, de força física, mas permitiu que um novo sistema – o da comunicação persuasiva – agisse como forma de regulação social, segundo Berrio (1983). A palavra falada, escrita, assim como as imagens, as artes e até mesmo a moda, passaram a ganhar uma função propagandística, com o objetivo de representar um determinado regime político, uma determinada comunidade ou algum tipo de ideologia (BERRIO, 1983).

Partindo da imortal frase atribuída a Mao-Tsé-Tung, de que mais vale uma imagem do que mil palavras, de acordo com Gomes (2000), percebemos a importância desta representação, que tem um papel decisivo na política desde os tempos mais remotos e o poder que ela tem atualmente, já que a tecnologia nos dias de hoje oferece inúmeras possibilidades de seu uso. Principalmente a televisão e a *internet*, que nos fazem viver a era que está sendo chamada de uma civilização de imagens. Quando buscamos uma melhor compreensão do conceito, logo identificamos que o termo latino *imagine* deu origem ao português, imagem, cada vez mais usado nas estratégias de marketing, principalmente na política. O significado original, primário, deste vocábulo é o de representação de um objeto em desenho, pintura, escultura etc.

Mas, cada vez mais, o uso da palavra imagem ganha força no sentido da representação mental coletiva de uma pessoa, grupo ou instituição que inclui uma valorização positiva ou negativa. Dizemos que tal político, tal partido ou tal governo tem boa ou má imagem, indicando que isso, que chamamos de opinião pública, mantém um juízo favorável ou não da pessoa, entidade ou instituição da qual se está tratando. Assim, se fala correntemente, de

campanhas de imagem com a finalidade de conseguir, por parte desta opinião pública, uma valorização positiva da pessoa ou grupo objeto da campanha. Mas o termo pode ser entendido, conforme Alonso (1989) em duas acepções. Na primeira, considerada a mais clássica, é mais enfatizado o objeto ou a pessoa representada, tal como uma foto, um desenho, um boneco de alguém que se procura representar.

Porém, na segunda acepção de imagem, o importante é, precisamente, o resultado, aquilo que consegue produzir na mente dos destinatários. Já não se trata de refletir o mais fielmente possível a realidade ou personalidade do objeto da campanha, mas de fazer uma representação do mesmo, com recursos plenamente favoráveis que destaquem, chegando quase a inventar, qualidades, traços e aspectos positivos que dissimulem, cuidadosamente, até fazer desaparecerem os aspectos negativos. Assim, a boa imagem não seria aquela que retrata fielmente a realidade, mas a que consegue uma visão mais favorável, mesmo que se distancie dessa realidade.

O objetivo desta intencionalidade, como afirma Berrio (1983, p. 95), “estaria no fato de provocar a adesão” à vontade de alguém ou de alguma maioria. Para tanto e conquistar melhores efeitos, a persuasão, reforça o autor, recorre a um conjunto de técnicas, regras e procedimentos distintos, para diminuir as resistências psicológicas dos receptores expostos à comunicação persuasiva. Os processos de persuasão são basicamente linguísticos. Porém, em especial, nos dias de hoje, em função dos recursos tecnológicos dos meios de comunicação, os procedimentos não-verbais e visuais também são amplamente utilizados.

Roiz (1994) classifica as regras e os procedimentos gerais da persuasão em seis categorias: a exploração dos sentimentos, a simplificação, o exagero ou a desvirtuação da informação, a repetição de temas e ideias de forma sistemática, a exploração do contágio psíquico e o apoio em atitudes preexistentes. São recursos de base semântica, mas que, também, se baseiam em mecanismos psicológicos, que, em muitas oportunidades, podem se complementar.

A exploração dos sentimentos parte da ideia de que, em geral, os indivíduos comuns não têm um alto nível de informação. Para saber e compreender os significados dos fatos, a maioria depende – quase totalmente – de fontes exteriores que existem ao seu redor, como família, vizinhança, grupos de amigos, colegas de trabalho ou a mídia. Especialmente na política, em que há uma baixa participação cidadã. A exploração de sentimentos tem maior



efetividade quando sua argumentação se baseia em verdadeiras necessidades sociais, em especial aquelas mais próximas ao cidadão, como o trabalho, o ambiente familiar e a situação econômica.

Para Roiz (1994), as principais características das regras e procedimentos desta categoria persuasiva acabam recorrendo a sentimentos e emoções relativamente superficiais e, sobretudo, aqueles ocultos no subconsciente. Entre os sentimentos manifestados destacam-se os patrióticos, étnicos, racistas, de sexo, identidade social e defesa dos interesses de classe e religiosos. Já entre os sentimentos ocultos apresentam-se as fantasias, desejos, obsessões e o medo. Além disso, de acordo com Roiz (1994, p. 53), “os indivíduos tendem a perceber e compreender os acontecimentos, os problemas e as soluções aos mesmos da maneira mais simples e clara”. Por isso é que a redução do discurso a fórmulas simples e fáceis de comunicar causa sempre muito maior efeito persuasivo, que a complexa demonstração de fatos e argumentos. Desta forma, o receptor acaba decidindo entre dois campos: o ‘nosso’, impregnado de verdades e valores positivos; e o ‘deles’, cheio de mentiras, falsidades e valores negativos. Esta é, portanto, a segunda categoria definida pelo autor: a simplificação. Para levar os indivíduos à decisão entre os dois campos, são feitas associações de determinados riscos, baseados em valores e crenças muito arraigados.

Conforme os estudos de Roiz (1994), o exagero deliberado dos dados contidos na informação é uma técnica utilizada em todos os tipos de persuasão. O emissor se baseia naquilo que trata a informação somente para ressaltar os dados que considere favoráveis à sua argumentação e suas finalidades persuasivas. Contudo – essa terceira categoria persuasiva, o exagero e a desvirtuação da informação –, não é uma regra que age sozinha. Ela utiliza, junto, a simplificação, pois o receptor precisará compreender, claramente, o novo sentido buscado. E, para modificar o sentido original do acontecimento, podem ser utilizados elementos diferentes e, às vezes, até mesmo contrastados. Também é dado um exagero em todos ou alguns dos detalhes do acontecimento, mais convenientes para o êxito da persuasão.

Uma quarta categoria persuasiva definida por Roiz (1994) é a repetição de temas e ideias de forma sistemática. Segundo o autor, toda persuasão eficaz utiliza, em algum grau, a repetição de juízos de valor ou ideias do emissor, sobre acontecimentos da atualidade ou aspectos da vida, do mundo e em relação às pessoas. Como a repetição pura e simples pode cansar o receptor, é costume repetir, persistentemente, os mesmos temas; porém,

codificados em formas expressivas diferentes e memorizados com facilidade. As variações podem, inclusive, ser dirigidas a vários tipos de públicos, mas sempre mantendo uma frase ou palavra que seja a matriz persuasiva. A sistematização exige uma adequada seleção dos temas fundamentais da campanha, além da codificação dos valores em textos simples e claros, adaptados às características dos meios escolhidos e à linguagem dos públicos específicos.

Outra categoria importante, conforme Roiz (1994), é a exploração do contágio psicológico. Trata-se de um princípio da Psicologia Social, onde a pressão do grupo sobre os membros opera em forma de coação normativa e, ao exercer sua ação, cria um conformismo com a opinião majoritária. Os efeitos do contato e da influência pessoal, dentro destes agrupamentos, são decisivos para alcançar a conformidade. Especialmente a publicidade utiliza esta regra, quando escolhe determinadas personalidades conhecidas, como esportistas, atores ou personagens da mídia, e os coloca no papel de apresentadores de seus produtos. Em geral, estes personagens famosos contagiam uma parte do público, com suas preferências, sobretudo àquela parcela de admiradores. A publicidade consegue, assim, uma transferência de confiança e credibilidade para seus produtos e marcas. Estes procedimentos buscam um objetivo persuasivo de grande relevância: a criação da ilusão de unanimidade nas atitudes, preferências e desejos dos públicos a respeito de algo.

Por fim, de acordo com Roiz (1994), uma última categoria persuasiva é o apoio em atitudes preexistentes. Segundo o autor, todas as técnicas de persuasão fundamentam-se na manipulação dos sentimentos e atitudes conscientes e inconscientes, assim como os conhecimentos preexistentes nos grupos. Muitas iniciativas e programas de persuasão têm sido elaborados a partir de um determinado núcleo específico de atitudes, considerados coerentes com os objetivos da persuasão. Conhecer e saber explorar os gostos, desejos e fantasias dos públicos é uma das principais tarefas dos persuasores.

Na sequência vamos entender melhor os modos de organização do discurso descritivo e argumentativo e, em especial, como eles são particularmente úteis para se compreender a estrutura discursiva dos *stickers*.

## **A estrutura discursiva dos stickers**

De acordo com Charaudeau (2018), os *stickers* podem ser considerados um dispositivo de interação, pois são eles que garantem uma parte de significação do discurso político ao fazer com que todo o enunciado produzido em seu interior seja interpretado e a ele relacionado. Mesmo quando há um deslizamento do discurso político para a ironia, em que os *stickers*, por serem polissêmicos, como afirmamos anteriormente, podem ser empregados em diferentes situações de interação. Isso é possível, como afirma Castro (1997), pois a peculiaridade da ironia está na característica de não apagar valores anteriores aos novos propostos. Como complementa Brait (1997), no caso da ironia, a palavra tem duplo sentido: volta-se para o objeto do discurso como palavra comum e para um outro discurso, implicando o reconhecimento de um segundo contexto.

Segundo Charaudeau (2008, p. 7), “a linguagem é própria do homem”. É a linguagem que permite ao homem pensar e agir. É, também, através da linguagem, que o homem pode viver em sociedade, entrar em contato com os outros e estabelecer vínculos psicológicos e sociais. Sendo assim, a linguagem seria, portanto, um fenômeno complexo que não se reduz ao simples manejo das regras de gramática e das palavras de dicionário; seria muito mais uma encenação da vida social (CHARAUDEAU, 2008). Em outras palavras, o discurso é a linguagem em movimento.

Em função dessa percepção, para estudar a linguagem, mais do que o sistema de regras formais da Linguística ou as normas de bem dizer da Gramática, surgiu a Análise de Discurso (AD), que, de acordo com Orlandi (2000, p. 15):

[...] a Análise de Discurso, como seu próprio nome indica, não trata da língua, não trata da gramática, embora todas essas coisas lhe interessem. Ela trata do discurso. E a palavra discurso, etimologicamente, tem em si a ideia de curso, de percurso, de correr por, de movimento. O discurso é assim palavra em movimento, prática de linguagem; com o estudo do discurso observa-se o homem falando.

Na AD, reforça a autora, procura-se compreender a língua fazendo sentido, do ponto de vista simbólico. Não como um sistema abstrato, mas através de maneiras de significar, considerando que a produção de sentidos faz parte da vida do homem, seja ele como um sujeito isolado ou como membro de uma comunidade. Por isso, a Análise de Discurso leva em

conta, também, as condições de produção da linguagem e os contextos em que se produz esse dizer. Ou seja, relaciona a linguagem a sua exterioridade, como afirma Orlandi (2000). E, nesta exterioridade, estão tanto aspectos ideológicos, bem como sociais, que vão influenciar a formação do discurso.

Segundo Fernandes (2005), como o discurso encontra-se nesta situação de exterioridade – no seio da vida social, como define o autor – o analista necessita romper as estruturas linguísticas para chegar até este discurso. Somente assim, complementa o autor, vai conseguir descobrir, de fato, o que está entre a língua e a fala. Esta é uma visão complexa, que vai muito além do que a epistemologia tradicional prevê, mas que só foi possível perceber a partir dos estudos de Michel Pêcheux, considerado o fundador da Análise de Discurso, no final da década de 1960. O grande objetivo da AD é o de procurar encontrar as condições que permitiram o aparecimento do discurso, explicar porque tomou determinado sentido e, não, outro.

Desde o surgimento da AD, muitos autores se dedicaram ao estudo do discurso. Entre eles, Patrick Charaudeau, que deu grande ênfase à AD e aplicou-a diretamente à comunicação. A proposta desenvolvida por Charaudeau (2008) procura compreender as múltiplas dimensões envolvidas em um ato de linguagem, tanto naquilo que é dito, como nos não-ditos. Para o autor, há circunstâncias de discurso que precisam ser levadas em consideração, como a própria questão da língua e de uma compreensão necessária entre emissor e receptor; a relação que os dois mantêm entre si; o que um sabe sobre o outro e os papéis sociais dos interlocutores; e as propriedades formais e semânticas do discurso em questão. Estas circunstâncias de discurso influenciam o ato de linguagem enquanto produção ou interpretação e é isso que acaba tornando o ato de linguagem em uma encenação.

Como o ato de comunicação consiste em algo bem mais além do que apenas propagar uma informação, os procedimentos discursivos utilizados são divididos em categorias, conforme a sua finalidade. Charaudeau (2008) define estas categorias como sendo Modos de Organização do Discurso, que são: o Enunciativo, o Descritivo, o Narrativo e o Argumentativo. Cada um deles possui uma função de base e um princípio próprio de organização. Para esta pesquisa, foram utilizados como suporte de análise os modos descritivo e argumentativo, apresentados a seguir.

Do ponto de vista do sujeito falante, “descrever corresponde a uma atividade de linguagem que, embora se oponha às duas outras atividades – contar e argumentar – combina-se com elas” (CHARAUDEAU, 2008, p. 111). Primeiro, porque contar consiste em expor o que é da ordem da experiência, explica o autor. Ou seja, quem conta um fato, o faz testemunhando a sua experiência. E, segundo, porque, ao descrever, esse alguém que está contando um fato demonstra relações, identifica e qualifica os seres.

Em função desta aproximação e desta característica, o Modo de Organização Descritivo conta com três tipos de componentes, que são, ao mesmo tempo, autônomos e indissociáveis: nomear, localizar-situar e qualificar. Por sinal, complementa o autor, são os mesmos componentes que constituem a base da identidade civil. Na sequência são apresentadas as funções básicas de cada um destes componentes:

- a) nomear: o ato de nomear é dar existência a um ser, é o resultado de uma operação que consiste em fazer existir seres significantes no mundo. Porém, não é um simples processo de etiquetagem, pois só podem ser identificados aqueles seres cuja existência se verifica por meio de consensos, legitimados por códigos sociais;
- b) localizar-situar: significa determinar o lugar que o ser ocupa no espaço e no tempo e, também, para atribuir características a este ser, na medida em que a sua existência, a sua função e a sua razão de ser dependem de sua posição espaço-temporal;
- c) qualificar: embora nomear seja uma maneira de atribuir uma qualidade a um ser, a função de qualificar é uma tentativa de reduzir a infinidade do mundo, construindo classes e subclasses de seres. Ou seja, a qualificação atribui um sentido particular aos seres (CHARAUDEAU, 2008).

Já a argumentação é um setor da linguagem que sempre exerceu um fascínio, desde a retórica antiga até os dias de hoje. Segundo Charaudeau (2008), como modo de organização de um discurso, a argumentação não se limita a uma sequência de frases ou de proposições ligadas por conectores lógicos. Para que haja uma argumentação, são necessários: uma proposta sobre o mundo, um sujeito que se engaje em relação a este questionamento e outro sujeito que se constitua no alvo da argumentação. Argumentar, portanto, é uma atividade discursiva que busca uma racionalidade e uma busca de influência persuasiva.

Para se entender a organização da lógica argumentativa, inicialmente, é preciso conhecer os elementos básicos deste tipo de discurso. São eles: a asserção de partida (A1), configurada através de um enunciado e que, por meio dela, decorre uma consequência; a asserção de chegada (A2), que significa o que deve ser aceito em função da asserção de partida, ou seja, é a conclusão da relação argumentativa; e a asserção de passagem, uma vez que a passagem de A1 para A2 não ocorre de maneira arbitrária – frequentemente chamada de prova, inferência ou argumento, esta asserção de passagem é o que justifica a relação de causalidade entre A1 e A2.

Considerando nossa base teórica e metodológica, o próximo passo é o processo de análise de compreensão. E, para isso, nosso *corpus* de pesquisa é composto pelos seguintes *stickers*:

**Figura 1 – Sticker ex-ministro Weintraub**



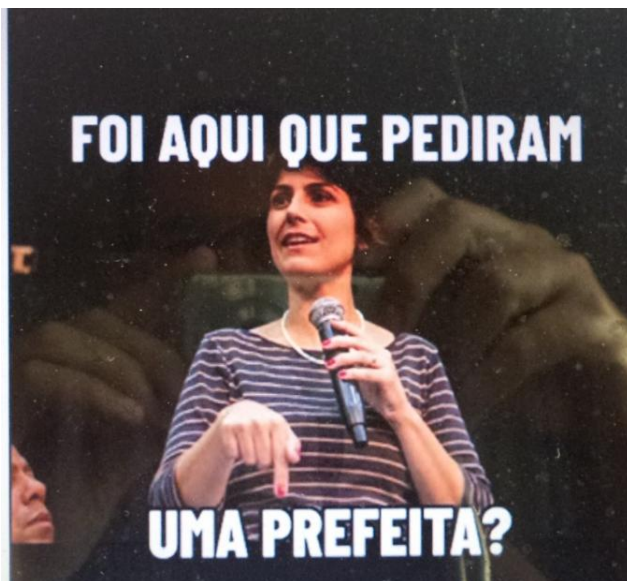
Fonte: Google

**Figura 2 – Sticker Lula**



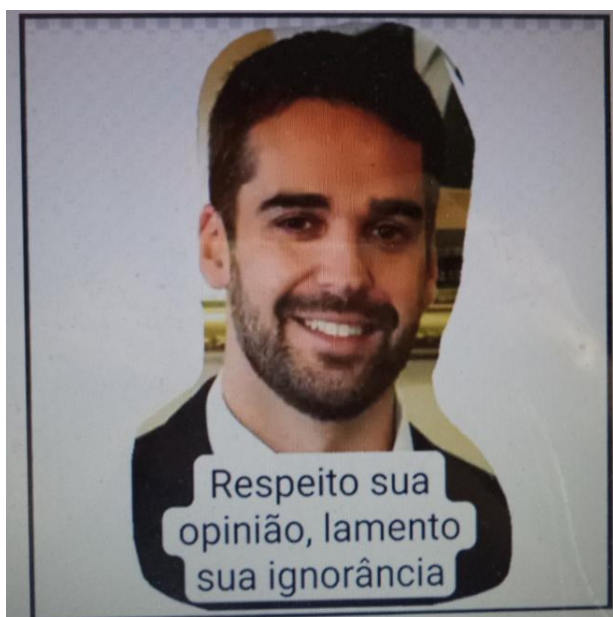
Fonte: Google

Figura 3 – Sticker Manuela D'Ávila



Fonte: Google

Figura 4 – Sticker governador Eduardo Leite



Fonte: Google

Todos os *stickers* analisados possuem o mesmo modo de organização descritivo. Ou seja, um nomear, um qualificar e um situar-localizar. No caso dos *stickers*, o nomear apresenta-se como um dispositivo não verbal, pois em geral – inclusive no nosso *corpus* – os personagens (sejam eles políticos ou não) não costumam ser identificados verbalmente. Em

relação ao componente localizar-situar, item característico do modo de organização descritivo, está determinado pela condição de personalidades públicas que cada um ocupa. O sujeito que compartilha o *sticker* pode até não saber exatamente quem é aquela pessoa, mas supõe e acredita que seja alguém conhecido.

É no componente qualificar, porém, que percebemos as maiores diferenças entre os personagens e a tentativa de atribuir um sentido particular e persuasivo a cada um deles. No caso do primeiro *sticker*, em que o nomear refere-se ao ex-Ministro da Educação Abraham Weintraub, o componente localizar-situar relaciona-o à condição de Ministro da Educação. E foi justamente nesta condição que o ex-Ministro fez uma postagem na rede social *Twitter*, em resposta a uma publicação do deputado Eduardo Bolsonaro, empregando o termo “imprecionante” ao invés do termo correto impressionante. Pela condição de Ministro da Educação é que a mensagem ganhou a dimensão de se tornar um *sticker*. O dispositivo é utilizado como uma demonstração de algo fantástico, admirável e surpreendente. Porém, acaba justamente desqualificando o ex-Ministro em termos de cultura e de educação.

O segundo *sticker* refere-se ao fato do ex-Presidente Lula estar livre novamente, depois de acusações que o envolviam. Ao mesmo tempo, entretanto, como um deslocamento discursivo, o dispositivo ganha um novo sentido, de caráter mais social, através do qual o emissor mostra-se disponível para reuniões entre amigos, encontros, comemorações etc. Ao mesmo tempo, associa o ex-Presidente à bebida. O terceiro *sticker* foi produzido e veiculado durante a campanha eleitoral à prefeitura de Porto Alegre, em 2020, quando Manuela D’Ávila foi candidata ao principal cargo executivo. Mas acabou também sendo utilizado como um deslocamento discursivo, em situações de alguma discussão, em que alguém se coloca como um sujeito qualificado para aquela discussão.

Por fim, o quarto *sticker* refere-se a uma fala do Governador do Rio Grande do Sul, em uma entrevista, em 2020, durante a pandemia. Na oportunidade, a jornalista, indagando sobre o aumento do desemprego, questionou se o governador não estaria sendo “tirano” na exigência do isolamento. Foi quando Eduardo Leite respondeu com a frase “respeito sua opinião, mas lamento a sua ignorância”. No caso específico deste dispositivo, embora não exista um deslocamento discursivo que promova um sentido muito diferente do original, o que há é uma ruptura na linearidade do discurso de origem e fora do contexto em que foi produzido. Ou seja, o deslocamento discursivo passa a ocorrer em novas instâncias.



Do ponto de vista do modo de organização argumentativo, todos os *stickers* têm como asserção de partida um fato, um acontecimento, que lhe dá vida e o torna relevante como dispositivo. No caso da política, soma-se a afirmação vista anteriormente de Moisés (2005), sobre a desconfiança nas instituições democráticas. Este pensamento, somado às afirmações de Pharr (2000) e de Baquero (2005), de que não apenas a desconfiança política, como haveria também uma própria crise de representação política e social, gera uma imagem negativa da política e dos políticos e, por consequente, situações de ironia e deboche. Nos *stickers*, o modo de encadeamento que justifica a relação de causalidade entre a asserção de partida e a asserção de chegada é a conjunção, porque há sempre uma adição de elementos para expressar a relação argumentativa. Esta relação, que justamente tem base nas definições apresentadas por Pharr (2000) e por Baquero (2005), pode ser baseada na estrutura “se ... portanto”, por exemplo, se o Ministro comete um erro, ele não seria competente para o cargo; se Lula está livre, pode ser candidato à presidência; Manuela como alguém capaz de assumir o cargo; ou o governador mostrar-se como alguém que merece confiança, porque está ciente do assunto. Ou, ainda, a lógica argumentativa pode ser dividida por associação, que se verifica na maior parte dos *stickers*, na associação por idênticos ao relacionar a situação original aos novos e possíveis deslocamentos discursivos. Mas também pode ser uma associação dos contrários, como ocorre no primeiro *sticker* analisado, em que algo realmente impressionante não seria qualificado de “imprecionante”.

Por meio dos modos de organização descritivo e argumentativo, os *stickers* acabam adquirindo um caráter propagandístico e persuasivo. Conforme a classificação de Roiz (1994), por meio da ironia despertam sentimentos. Também promovem a simplificação, pois ao distorcer o contexto original dos fatos e promover o deslocamento discursivo, substitui-os por novos sentidos. Há um exagero na informação de referência ao conferir um tratamento à determinada mensagem ou a algum detalhe do acontecimento. A repetição de temas de forma sistemática se verifica a partir da circulação daquele *sticker*. Assim como a exploração do contágio psíquico é conquistado com base na fama dos personagens utilizados nos *stickers*. E por fim, o apoio em atitudes preexistentes – sobretudo nos *stickers* políticos – pode ser obtido a partir do sentimento de desconfiança em relação à política.

Por tudo o que se viu, portanto, podemos afirmar que a “zueira” dos *stickers*, além de cumprir o seu papel de brincadeira e de ironia, acaba carregando um forte caráter propagandístico e persuasivo – mesmo em seus deslocamentos discursivos.

## Considerações finais

De acordo com Miège (1998), vivemos um modelo da ação comunicação-política que permite fluxos de toda a ordem. É uma ideia que se aproxima da opinião de Wolton (1995, p. 177), para quem “a política é inseparável da comunicação, sobretudo em democracia, onde os políticos devem explicar suas propostas para ganhar as eleições ou assegurar a reeleição”. Mas, também, como complementa o autor, este é um caminho de duplo sentido: enquanto as instâncias políticas informam o seu trabalho, também a sociedade informa e compartilha as suas opiniões e necessidades.

Porém, neste caminho de duplo sentido, se por um lado a possibilidade de produzir e receber informação democratiza a comunicação, por outro lado também facilita a divulgação de conteúdos feitos sem nenhuma responsabilidade. A crescente falta de confiança da população nas instituições democráticas; o declínio da participação política, em razão de uma alienação dos cidadãos e de uma insatisfação com os políticos; a perda da capacidade de governança por parte das administrações públicas; e a preferência dos cidadãos em relacionar-se com a política via meios de comunicação (BAQUERO, 2005), acabam potencializando o conceito de pós-verdade, apresentado por Keyes (2004) e um dos primeiros autores a dedicar-se a este tema. Ou seja, em que fatos objetivos e reais têm menos importância do que crenças pessoais.

É interessante de observar que os *stickers* têm sido utilizados com o objetivo de ironizar, desqualificar e, de alguma forma, especialmente na política, ridicularizar o político personagem-alvo. Talvez fique uma expectativa de se imaginar ou pensar em alguma estratégia de comunicação ou marketing político que utilize os *stickers* na perspectiva contrária. Da construção da imagem e não da desconstrução. O que já existe, sim, é a adoção de *gimmicks* na comunicação política, um formato que tem origem na publicidade através da utilização de mascotes, que tanto podem ser objetos animados ou como humanos ficticiais. Fica um olhar, portanto, para as próximas eleições e para as campanhas eleitorais.

Por suas características de circularidade enquanto ação política, ao promover o intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos; e pela forma de interação que promovem entre determinados grupos, por meio de processos informais e digitais e não vinculados aos tradicionais modelos de comunicação, os *stickers* podem ser classificados como uma manifestação de base popular. E, mesmo na “zueira”, carregam em si um discurso político e mantêm um tom e uma disputa propandística virtual.

## Referências

ALONSO, Alejandro Muñoz. **Política y nueva comunicación**. El impacto de los medios en la vida política. Madrid: FUNDESCO, 1989.

BAQUERO, Marcelo. **Bases de um novo contrato social?** Impostos e Orçamento Participativo em Porto Alegre. Campinas: Opinião Pública, v. XI, n. 1, mar., 2005.

BERRIO, Jordi. **Teoria social da persuasión**. Barcelona: Mitre, 1983.

BRAIT, Beth. **Ironia em perspectiva polifônica**. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1996.

BURKEMAN, DB; LOCASCIO, Monica. **Stickers** – from punk rock to contemporary art. New York: Rizzoli, 2010.

CARMELINO, Ana Cristina; KOGAWA, Lídia. A intertextualidade como marca dos stickers do WhatsApp. **Revista (Con)Textos Linguísticos**, Vitória, v. 14, n. 27, p. 156-176, 2020.

CASTRO, Maria Lilia Dias de. A Dialogia e os efeitos de sentidos irônicos. In.: BRAIT, Beth. (org.). **Bakhtin, dialogismo e construção do sentido**. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1997.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. São Paulo: Contexto, 2018.

\_\_\_\_\_. **Linguagem e discurso**: modos de organização. São Paulo: Contexto, 2008.

FERNANDES, Cleudemar. **Análise de discurso**: reflexões introdutórias. Goiânia: Trilhas Introdutórias, 2005.

GOMES, Neusa Demartini. **Formas persuasivas de comunicação política**: propaganda política e publicidade eleitoral. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.

KEYES, R. **The post truth era**: dishonesty and deception in contemporary life. Londres: Macmillan, 2004.

MIÈGE, Bernard. El espacio público: más allá de la esfera política. In.: GAUTHIER, Gilles; GOSSELIN, André; MOUCHON, Jean (Orgs.). **Comunicación y política**. Barcelona: Gedisa, 1998.

MOISÉS, José Álvaro. **A desconfiança nas instituições democráticas**. Campinas: Opinião Pública, vol. XI, n. 1, mar, 2005.

OCHOA, Oscar. **Comunicación política y opinion pública**. México: McGraw-Hill, 1999.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2000.

PHARR, S. Officials' misconduct and public distrust: Japan and the trilateral democracies. In.: PHARR, S.; PUTNAM, R. D. (Eds.). **Disaffected democracies what's troubling the trilateral countries?** Princeton: Princeton University Press, 2000.

ROIZ, Miguel Félix. **Técnicas modernas de persuasión**. Madrid: Eudema, 1994.

VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. **Diálogos de la comunicación**. Buenos Aires: Verón & Asociados, Cultura y Comunicación, 1997.

WALDE, Claudia. **Sticker City – paper graffiti art**. New York: Thames & Hudson, 2007.

## Grafipar Edições: uma reação erótica à ditadura militar<sup>1</sup>

*José Carlos Fernandes*<sup>2</sup>  
*Agnes Amaral*<sup>3</sup>

**Submetido em: 22/04/2021**

**Aceito em: 02/06/2021**

### RESUMO

Durante a primeira década da ditadura-civil militar, uma editora curitibana – a Grafipar –, de propriedade de uma família muçulmana, deixa de publicar livros de história e atlas e passa a investir no ramo de “revistas adultas”. Torna-se um polo nacional do gênero, chegando ao ápice de 49 títulos, 1,5 milhão de exemplares mês e 1,5 mil cartas/mês de leitores. Entre seus colaboradores, jornalistas malvistas pelo regime e intelectuais à esquerda, como os poetas Paulo Leminski e Alice Ruiz. Em meio aos então chamados “nus artísticos”, uma pequena de rede de intelectuais, de forma anônima, orientava a redação, num claro combate ao obscurantismo. Este artigo explora a resistência jornalística e intelectual disfarçada no conteúdo erótico. E o “lugar difícil” da qualificação desse material, que ficou à margem da chamada imprensa alternativa.

### PALAVRAS-CHAVE

Imprensa alternativa; revistas eróticas; comportamento.

## Grafipar Edições: an erotic reaction to military dictatorship

### ABSTRACT

During the first decade of brazilian military dictatorship, a publishing house from Curitiba - Grafipar -, owned by a muslim family, stopped publishing history books and atlas and started to invest in adult themed magazines. Grafipar became a renowned publisher of this genre, reaching the peak of 49 titles, 1.5 million copies per month and 1.5 thousand letters from readers per month. Among the contributors were journalists that were frowned upon by the military regime and left-wing intellectuals, such as the poets Paulo Leminski and Alice Ruiz.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP História do Jornalismo, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42.º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em Belém Pará, Pará, 2019.

<sup>2</sup> Doutor e mestre em Estudos Literários pela UFPR. Jornalista profissional. Professor do curso de Jornalismo da UFPR. Correio eletrônico: zeca@ufpr.br

<sup>3</sup> Graduada em Jornalismo pela UFPR. Correio eletrônico: agnes.amaral@gmail.com

Amid the “nude art”, a small net of intellectuals, anonymously, guided the editorial, in a clear fight against obscurantism. This article explores the journalistic and intellectual resistance disguised as erotic content and the difficulty to qualify this material, which were on the sidelines of the so called alternative press.

#### KEY-WORDS

Alternativa press; erotic magazines; behavior.

## **Grafipar Edições: uma reação erótica a la ditadura militar**

#### RESUMEN

Durante la primera década de la dictadura civil militar, una editora curitibana - la Grafipar -, de propiedad de una familia muzulmana, deja de publicar libros de história y atlas y comienza a invertir en el ramo de las "revistas adultas". Volviendose un polo nacional del género, llegando al ápice de 49 títulos, 1,5 millones de ejemplares al mes y 1,5 mil cartas/mes de lectores. Entre sus contribuyentes, periodistas malvistos por el régimen e intelectuales de izquierda, como los poetas Paulo Leminski y Alice Ruiz. En médio a los llamados desnudos artísticos, una pequeña red de intelectuales, de forma anónima, guiaba la redacción, en un claro combate al oscurantismo. Este artículo explora la resistencia periodística e intelectual disfrazada en el contenido erótico. Y el "lugar difícil" de la calificación de ese material, que quedó al margen de la llamada prensa alternativa.

#### PALABRAS-CLAVE

Prensa alternativa; revistas eróticas; comportamento.

#### Introdução

De meados dos anos 1970 a 1983, Curitiba (PR) abrigou uma das maiores editoras brasileiras de revistas eróticas, a Grafipar. Os proprietários eram muçulmanos e anteriormente à experiência, produziam enciclopédias. No novo ramo, chegaram a publicar, de forma simultânea, 49 títulos, alcançando 1,5 milhão de exemplares mês e um montante de 1,5 mil cartas/mês de leitores de todo o Brasil. Paralelo ao jornal *Lampião da Esquina*, capitaneado pelo jornalista Aguinaldo Silva, a partir de 1978, marco da imprensa alternativa voltada para o público homossexual, a Grafipar foi pioneira ao lançar a revista *Rose*, adotada de maneira inesperada para este segmento – a intenção inicial era atingir mulheres interessadas em nu masculino.

Figura 1 – Revista Rose



Fonte: Reprodução acervo Nelson Padrella/Henry Milléo

O produto mais importante da gráfica-editora se chamava *Peteca* – uma revista de bolso que alçou 100 mil exemplares no primeiro número, sendo 32 mil vendidos em bancas de rua. Comercializada em saco plástico, e guardada atrás do balcão pelos jornaleiros – temerosos das batidas policiais em tempos de censura –, a *Peteca* chegou a 115 edições. Trata-se de um fenômeno editorial ainda não reconhecido, talvez por sua associação com a pornografia, o que a coloca à margem da chamada imprensa *underground*, mais voltada para os embates políticos em torno da ditadura militar (KUCINSKI, 2003). No geral, a *Peteca* e toda a produção da Grafipar têm um lugar difícil na historiografia do jornalismo, como se vai discutir aqui.

Do mesmo modo que a pornochanchada e o “desbunde”<sup>4</sup>, as publicações eróticas gozam de prestígio limitado, ainda que tenham incidido sobre a linguagem de jornais e

<sup>4</sup> O sociólogo Paulo Sérgio do Carmo, autor de *Entre a luxúria e o pudor – a história do sexo no Brasil*, situa o “desbunde” como um produto da contracultura, a partir dos anos 1960 – em especial nos 1970 –, quando mulheres passam a desfrutar da liberação dos costumes à maneira dos homens. Música, teatro, cinema e

revistas, influenciado na formação de público leitor e se ocupado da resistência política, em diferentes medidas. A reação à repressão – é senso comum – passava pelos costumes e por guerrilhas no cotidiano. Destaque-se que durante os chamados “anos do chumbo”, quando muitos jornalistas foram impedidos de trabalhar, a Grafipar os empregava. Passaram pela editora os poetas Paulo Leminski e Alice Ruiz, para citar dois nomes que encontravam portas fechadas na imprensa tradicional.

Os produtos da Grafipar se prestam a um sem número de investigações, tamanhos o número de recortes possíveis. Conceitos como lesbianidade (então “lesbianismo”) e poliamor (“amor livre”, “relação aberta”), para citar dois, encontravam eco em várias revistas do catálogo. Basta citar que essa editora marginal driblava a censura e circulava nas principais cidades brasileiras. A veiculação nacional explica o pico de 1,5 mil cartas de leitores por mês, posto que parte dessas missivas eram publicadas e comentadas numa das revistas da editora, a *Ponto de encontro*.

**Figura 2 – Revista Ponto de Encontro**



**Fonte:** Reprodução acervo Nelson Padrella/Henry Milléo

A *Ponto de encontro* teve menos lastro que a onipresente *Peteca*, mas merecia ser contemplada nos estudos de recepção. O jornalista que a assinava, Nelson Faria, à época, formou uma pequena rede de psicólogos, médicos e sociólogos que o ajudavam – em *off* – a responder mensagens de leitores, em sua maioria preocupados com os limites entre literatura vão traduzir esse momento de reviravoltas comportamentais – que se refletiam nas práticas sexuais abertas.



sexualidade e doença, rejeição familiar a comportamento sexuais pouco ortodoxos, discriminação e incertezas quanto ao futuro. Em parte, essas cartas formavam um correio elegante – que ajudava a aproximar homens (em sua maioria) e mulheres em busca de parceiros e parceiras. Paralelo, consolidava um painel representativo das angústias da geração pré-aids.

O artigo dialoga com o trabalho da historiadora Alessandra El Far, que no livro *Páginas de sensação – literatura popular e pornografia no Rio de Janeiro (1870-1924)* mapeou os livros eróticos destinados ao público masculino, a partir do século XIX, e o banimento dessa produção nos cânones da literatura. Tem como um de seus arcabouços as pesquisas do historiador Robert Darnton, em particular pelos trabalhos *Edição e sedição – o universo da literatura clandestina no século XVIII*, no qual investiga o nascimento da imprensa pornográfica paripassu com a imprensa informativa; e *Os best-sellers proibidos da França pré-revolucionária*. E se soma ao mapeamento do pesquisador e escritor João Silvério Trevisan, autor do seminal *Devassos no paraíso* – obra em progresso que destaca personagens, cenários e veículos que de alguma maneira trataram de sexualidade no Brasil.

Numa perspectiva “de risco”, pornografia, erotismo e suas conexões com a resistência política – via imprensa – durante o regime civil-militar dialogam e compõem aqui com a folkcomunicação e folkmídia (MELO, 2008; GADINI, WOITOWICZ, 2007), em seu sentido extensivo e amplificado. Como exploram primeiro Darnton e depois El Far, os “catecismos”, “baralhos”, “publicações de sacanagem” ou mesmo, para surpresa, “obras filosóficas”, como eram chamados romances, opúsculos e panfletos eróticos no século XVIII, podem ser enquadrados em literatura de contravenção, mas também em literatura popular. Prestavam-se à excitação, mas também à iniciação sexual dos meninos, formando uma espécie de “cultura secreta”, consentida e reprimida na mesma medida. Esse instrumento, tão antigo quanto a história das imagens – amplificado pelo nascimento da imprensa – em mais de um momento da cronologia vai ultrapassar a dimensão de “ritual de passagem” e servir de bilhete de recusa não só da moralidade vigente, mas da política que interfere sobre o corpo (DENIPOTI, 1999). É, em resumo, uma prática apropriada.

Dentre os objetivos do artigo está a afirmação de que as publicações da Editora Grafipar anteciparam debates contemporâneos então expressos em artigos traduzidos de revistas europeias. Parte do estudo foi produzido com a leitura de exemplares selecionados de

uma coleção integral das 49 revistas da Grafipar – analisados em monografia de conclusão de curso; revisão de literatura; entrevistas com dois editores que atuaram na publicadora (Nelson Padrella e Faruk Al-Khatib), sendo duas entrevistas com Padrella (2017, 2018) e três com Faruk (2015, 2017, 2018); e, por fim, com uma colaboradora da editora (a tradutora Alzeli Bassetti, 2018). Parte do conteúdo dessas conversas foi publicado anteriormente na forma de material jornalístico, como consta nas referências.

**Figura 3 – Acervo Grafipar**



Fonte: Reprodução acervo Nelson Padrella/Henry Milléo

## Pequena história

A origem da editora Grafipar tem o enredo inesperado dos *faits divers*. Foi fundada pelo libanês Said Mohamad El Kathib, um mascate típico, cuja biografia renderia um longa-metragem. Said chegou ao Brasil em 1929, sozinho, aos 12 anos. Perambulou pelo país, fez dinheiro, casou-se, voltou ao Líbano com a mulher e os filhos. No início da década de 1950, decidiu retornar ao Brasil. Atraído pelo clima da cidade de Curitiba, no Paraná, estabeleceu-se ali. Em inícios da década de 1960, funda a editora Paraná Cultural Ltda, que depois se transforma em Grafipar – Gráfica Editora Paraná Cultural Ltda (KHATIB, 2018; FERNANDES, 2017).

A Grafipar atendia a um modelo editorial dos anos 1960. Produzia enciclopédias, passíveis de serem vendidas de porta em porta (PAIXÃO, 1997). Obteve êxitos editoriais no seu segmento. Publicou *A civilização árabe*, de Gustave Le Bon. Encontrou seu best-seller em

*Dicionário cultural da língua portuguesa*, do linguista Mansur Guérios, e repetiu performance semelhante numa enciclopédia de História do Paraná – produto que supria um vácuo no mercado. Apesar das crises financeiras, a Grafipar era uma espécie de “time que estava ganhando”, nos dizeres do filho de Said, o editor Faruk El Khatib (FERNANDES, 2017). Mas veio o fim do “milagre brasileiro”, em 1973, uma longa viagem de Faruk aos Estados Unidos e uma guinada na filosofia da empresa.

Primeiro a editora se lança num negócio pioneiro – a produção de revistas de bordo, a *Passarola*, e de revistinhas para crianças, como a *Colorindo*. Em seguida, embalada pelo grande público dos livros de bolso (CUNHA, 2010) e dos “catecismos” – como era chamada a literatura erótica –, a Grafipar, numa iniciativa de Faruk, passa a investir na “revista de bolso”, com conteúdo adulto. Uma das fontes para a consolidação do novo modelo de negócio eram os próprios donos de bancas – com os quais Khatib, o filho, conversava em suas idas a São Paulo. A informação era de que qualquer produto novo vendia 30% de largada. As próximas edições decidiriam o sucesso ou não do título. Na ponta do lápis, valia o risco. Foi assim que – depois de convencer a família, que temia retaliações da comunidade muçulmana, Faruk lança, em 1976, a revista *Peteca*. Foram 100 mil exemplares, desses 31,5 mil vendidos na estreia. A marca iria se repetir.

Em minhas conversas com os jornalistas e com os consumidores, percebi que havia um nicho de mercado não explorado pelas editoras. Esse nicho era uma revista de conteúdo erótico-educativo, já que o sexo era tabu e a revista traria informações. Quando eu falava, as pessoas riam. Esse era o conceito, pois nenhum produto editorial se sustenta sem ter um conceito bem definido, seja como for (KHATIB, 2018, p. 57)

A equipe inicial da *Peteca* era enxuta. Trazia o jornalista Nelson Faria – que desenvolvia carreira paralela como colaborador do colunista social Dino Almeida – do hoje centenário jornal *Gazeta do Povo* e profissional de alta popularidade na capital paranaense. E o artista plástico Rogério Dias, que em pouco iria se tornar um dos nomes de proa nas artes locais.

No projeto editorial da revista, destacam-se inovações como a coluna “Sexyterapia” – um tira-dúvidas alimentado por colaboradores da área da psicologia e feministas, como a tradutora Alzeli Bassetti (FERNANDES, 2018a); “Confissões íntimas” – espaço em que os

leitores relatavam suas fantasias; e a seção de cartas “Ponto de Encontro”, uma espécie de antepassado dos aplicativos de relacionamento.

Uma análise, ainda que panorâmica, dos produtos editoriais da Grafipar, atesta a prática de novidades editoriais contínuas – muita testadas no fracasso, posto que alguns títulos não chegavam à quarta edição, mas lucravam na saída e indicavam estratégias para os próximos lançamentos. Exemplo? Um HQ erótico na Pré-História. Nesse cenário de experimentação, a *Peteca* era, no jargão editorial, o *Pato Donald* da Grafipar (em alusão ao produto que dava liquidez à Editora Abril). Vendia 80 mil exemplares, desempenho expressivo ao se levar em conta que era publicada fora do eixo Rio-São Paulo. Em tese, concorria com a *Playboy*, da editora Abril, cujas vendas médias beiravam 100 mil exemplares por mês (KHATIB, 2018; FERNANDES, 2017).<sup>5</sup>

Escreve Gian Danton (2012, p. 30):

Na esteira das publicações refinadas, surgiram revistas destinadas a um público mais popular. A de maior sucesso era a *Peteca*, surgida em 1977, da editora Grafipar, de Curitiba. Em formato (14 X 21 cm) e de preço módico, ela chegava a ameaçar as vendas de revistas como *Playboy* e *Ele & Ela*. Seu editor, o empresário Faruk El Khatib, foi chamado pelo *Pasquim* de “Hugh Hefner dos pobres”, numa referência ao criador da *Playboy*.

O próprio Faruk El Khatib se aventurou em ter a sua grande revista erótica, associando-se à *Penthouse*, que comandava o mercado do gênero ao lado da *Playboy*, nos EUA. Lançou a edição brasileira em 1982, com 195 mil exemplares vendidos. O fechamento ocorreu em 1983, com 40 mil exemplares, mas inflação em alta, inviabilizando o negócio (KHATIB, 2018). A essa altura, o fenômeno Grafipar também tinha entrado em declínio, em parte por causa do avanço do comércio erótico, embalado pelos ensaios sensuais de estrelas da tevê, capas de revista nacionais. A hegemonia desses produtos só entrou em declínio com a ascensão da internet, em meados dos anos 1990.

---

<sup>5</sup> A coletânea de memórias sobre a revista *Playboy* – *Histórias secretas: os bastidores dos 40 anos de Playboy no Brasil* faz referências tímidas à tiragem. Na fase decadente, no início dos anos 2000, a revista chegava a 30 mil exemplares vendidos e 60 mil assinantes. Não há menção à concorrência de uma revista nanica editada no Paraná (COSTA, 2016). Mas o número não é uma abstração. A *Fairplay* – com conteúdo erótico e fechada pela censura em 1971 – chegou a cem mil exemplares. No seu auge, em 1999, quando a *Peteca* não circulava mais, a *Playboy* atingiria 1,2 milhão de exemplares (WERNECK, 2000). Descrita como uma revista para “homens liberais e hedonistas”, criou um modelo ao aliar ao erotismo a excelência de textos e entrevistas. A depender do ensaio fotográfico do mês, oscilava entre 300 mil e 700 mil exemplares (MARANHÃO, 2016).

Ainda que as gangorras do mercado de revistas eróticas seja um capítulo importante do setor editorial no Brasil, interessa menos, aqui, a pretensa disputa da Grafipar pelos leitores da *Playboy*. A trajetória da Grafipar – e suas 49 revistas lançadas em menos de uma década – é um desafio para a pesquisa em quesitos como: 1) como se deu seu drible à censura e – por extensão – ao moralismo da ditadura militar; 2) seu conteúdo e forma – receita de bolso que fez frente ao obscurantismo do regime ao, no editorial, tratar com clareza da sexualidade; 3) o fato de ter marcado o circuito do humor e da cultura gráfica por meio dos HQs e fotonovelas; 4) pela relação com a imprensa nanica – espaço que lhe cabe melhor, ainda que não apareça enquadrada pela literatura nesse segmento; 5) por dialogar com a tradição do erotismo à brasileira – a dizer: a literatura de sensação, de caráter popular e marginal.

## Lugar difícil

As relações da Grafipar com a censura beiram as lendas urbanas. Como qualquer outro produto editorial pós-Ato Institucional número 5, de 13 de dezembro de 1968, a editora enfrentou entraves com o governo. Era visada. Ainda mais em se tratando de produção erótica ou pornográfica, o que atentava contra o pacto dos militares com os segmentos mais conservadores da população e da Igreja Católica. Mas as revistas da Grafipar tiveram sorte, a exemplo do ocorrido com o jornal alternativo *Pasquim*, que tinha entre seus “avaliadores” um membro de alta patente do Exército que despachava na praia – o pai de Helô Pinheiro, a “Garota de Ipanema”. No caso da Grafipar, o avaliador, o policial federal José Augusto Costa – um baiano que se mudou para Curitiba – criou vínculos com o editor Faruk El Khatib e o liberou do beija-mão em Brasília, para onde o editor teria de ir todos os meses, com “bonecos” das revistas debaixo do braço (KHATIB, 2018; FERNANDES, 2017; DANTON, 2012).

Apesar do privilégio nos despachos, havia normas do mesmo jeito: nunca mostrar dois seios ou as nádegas por inteiro; jamais sugerir sexo envolvendo clérigos e militares, entre outras recomendações. Mas o fato de não precisar gastar tempo e dinheiro com viagens à sede da Polícia Federal garantiu êxitos à editora paranaense. De 1976 a 1983, o número de títulos novos se multiplicou, sem entraves burocráticos, constantes para os jornais e revistas da época.

Com os avanços no fluxo de lançamentos, a equipe que trabalhava no então distante bairro do Solitude, em Curitiba, não era mais formada apenas por Faruk, Nelson Faria e Rogério Dias. Havia entre seus pares os cartunistas Cláudio Seto, Flávio Collin e Solda – dentre outros que formaram uma comunidade no entorno da editora; o publicitário Luiz Rettamozzo; o multitalentoso jornalista Nelson Padrella – que desenhava quadrinhos, criava roteiros de HQs e escrevia –; colaboradores como os poetas Paulo Leminski e Alice Ruiz. Some-se à trupe o fotógrafo José Iwersen, criador do personagem Betty Blue e que, na sequência, fazia carreira em outra fronteira comunicacional marginal dos tempos da ditadura: o cinema da Boca do Lixo, em São Paulo.

O perfil liberal da equipe suscitava curiosidade em Curitiba – como atestam os entrevistados – e havia quem imaginasse a redação da Grafipar um cenário sadomaquista, com mulheres e homens nus circulando entre as máquinas de escrever. Um chalé de madeira, no qual Faruk despachava, ganhou o apelido de “Casa de Bonecas”, numa alusão à obra de Ibsen (FERNANDES, 2017).

Além de Seto e de nomes como Nelson Padrella e Mozart Couto, as revistas também contavam com a colaboração do casal de poetas Alice Ruiz e Paulo Leminski – de quem eu seria o editor da primeira edição da sua cultuada obra *Catatau* [o texto foi editado sem ponto, sem vírgula e sem parágrafo]. Alice foi chamada para ser a editora de uma revista voltada para as mulheres, *Rose*, e de outra sobre astrologia, *Horóscopo de Rose*, ambas com conteúdo erótico e feminista, um avanço para a época (KHATIB, 2018, p. 60).

Paralelo a sua equipe estelar – mas com dificuldade de encontrar emprego no mercado local por ser mais à esquerda<sup>6</sup>, a Grafipar avançou na experimentação editorial – daí seu reconhecimento no universo dos *comics*, no qual é cultuada. Consolidou-se como um estudo de caso do mercado editorial. Publicava quadrinhos, fotonovelas, revistas temáticas, ensaios fotográficos – e, inclusive, uma revista na linha *Life*, a *Atenção*. “Primava pelo mix irresistível de inventividade e humor, cuspidando da impressora, a cada mês, HQs sobre

---

<sup>6</sup> A imprensa paranaense é acusada de ter alimentado uma reação moderada à ditadura. Havia pressão da Polícia Federal sobre o jornal *O Estado do Paraná*, do ex-governador Paulo Pimentel, que vivia num regime de “morde e assopra” com os militares. No mais, os “jornalões” locais se adaptaram à nova ordem, adotando uma espécie de autocensura. A resistência se dava nas sucursais dos grandes jornais do eixo Rio-São Paulo – que cobriam com mais arrojo questões caras ao regime militar, como a instalação da Hidrelétrica de Itaipu – e na imprensa alternativa. Destacava-se nesse segmento o jornal *A Voz do Paraná*, do médico Roaldo Koehler, um semanário católico que abrigava jornalistas enquadrados pela Lei de Segurança Nacional. (nota do autor, com base na pesquisa *Jornalismo e ditadura militar*, registrada na UFPR).

“faroestes eróticos, bacanais intergalácticos, *swings* sertanejos, surubas pré-históricas” (FERNANDES, 2017, p. 61).

**Figura 4 – O jornalista Nelson Padrella**



**Fonte:** Reprodução acervo Nelson Padrella/Henry Milléo

Por si só, a estratégia de driblar a censura, contudo, não define o caráter de resistência da Grafipar à ditadura. Suas virtudes estão na qualidade dos textos publicados em revistas como *Peteca*, *Nina* e *Rose* – para citar três que tiveram mais longevidade e andavam ao largo dos HQs e fotonovelas da casa. À revelia da contradição da exploração da nudez e da pornografia – como se pode alegar – os editores traduziam para o português e publicavam estudos de sexualidade oriundos da Europa e Estados Unidos. Esses textos, ainda carentes de análises mais aprofundadas, são notáveis.

A jornalista Agnes do Amaral – coautora deste artigo – pesquisou para sua monografia de conclusão de curso de Jornalismo na Universidade Federal do Paraná (UFPR) como a revista *Rose* tratava questões de lesbianidade, de modo a perceber representações midiáticas da homossexualidade feminina. Encontrou nos produtos da Grafipar estímulos à violência contra a mulher, por exemplo, naturalizados e tratados como parte da narrativa erótica, visando à excitação pela subjugação, mas também textos que poderiam ser publicados hoje, tamanha clareza e cientificidade (AMARAL, 2015; AMARAL; FERNANDES, 2017). A análise de conteúdo acabou por salienta outra faceta dessa experiência editorial.

A *Rose* – criada para ser a primeira revista brasileira e no masculino para mulheres – foi à época adotada pelos gays (“gueis”, como se grafava, numa negação do que se entendia como um americanismo) masculinos e, na sequência, se tornou um espaço para o debate da homossexualidade, então cercado de obscuridades. Batidas policiais em busca de “vadiagem”, termo da época, não raro prendiam homossexuais (GREEN, 2000). É contemporânea do jornal *Lampião da Esquina*, surgido em 1978 e apontado como pioneiro do gênero, mas pode ter se antecipado à publicação, sem o devido reconhecimento histórico, posto que esse pioneirismo deve ter sido mais temporal do verificável na recepção.

A estimativa é que na década de 1960 e início da década de 1970 houvesse no país 27 títulos voltados para este segmento (SIMÕES JR, 2013), de modo que se pode afirmar o “lugar difícil” que a experiência da Grafipar, ainda que notável, ocupa nos levantamentos. É pouco referendada, o que se pode perceber na bibliografia sobre o segmento nanico, que não reconhece *Rose* ou *Peteca* ou qualquer outra produção da Grafipar como imprensa alternativa.

O fato de trazer ensaios de nu explica parte desse silêncio. Enquanto *Pasquim*, *Lampião*, *Opinião*, *Movimento* e toda a longa lista de produtos que formavam a imprensa alternativa são destacadas, em estudos e publicações e fac-símiles, desde a abertura política, a larga produção da Grafipar permanece no limbo, à revelia da máxima de que as revistas tiveram papel preponderante na formação do brasileiro ao longo do século XX (COHN, 2011). Não recebeu menções em publicações importantes e seminiais, como *Imprensa gay no Brasil*, de Flávia Péret, ou na obra de referência *Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa*, de Bernardo Kucinski.

Kucinski explicita seu recorte, dizendo que a pesquisa que fez “é dedicada às histórias de vida dos grandes jornais alternativos de motivação essencialmente jornalística” (KUCINSKI, 2003, p. 9). A lista inclui o satírico *O Pasquim* e os títulos que o autor designa como existenciais (*Bondinho*, *Ex*, *Versus*); os de reportagem (*Coorjornal* e *Repórter*) e os revolucionários (*Opinião*, *Movimento* e *Em tempo*). Péret reconhece que os levantamentos, inclusive o seu, são inconclusos. Diz que o fenômeno da imprensa alternativa voltada para a sexualidade é recente – daí a evidência de que novas garimpagens possam ser feitas. E acena: “Aprendi também que a história é feita de fracassos. E essa palavrinha impertinente, fracasso, remete à principal marca da imprensa gay brasileira: a insubordinação.” (PÉRET, 2011, p. 7)



Os motivos do banimento da Grafipar podem parecer óbvios – a baixa voltagem política e o alto teor erótico, somado a ter sede fora do eixo. Acrescente-se o fato de que pesquisar essas revistas é uma tarefa inglória. A família El Khatib não formou uma coleção. Não há exemplares das mais de 40 “revistinhas” na Divisão Paranaense da Biblioteca Pública do Paraná, cuja administração, em algum momento, considerou o arquivamento impróprio (FERNANDES, 2015). Tampouco o acervo pode ser encontrado na Divisão de Periódicos da Biblioteca Nacional, no Rio de Janeiro. Em tese, as publicações nunca foram enviadas para lá. Se fossem, ainda assim seriam consultadas mediante autorização, procedimento padrão para pesquisar revistas eróticas.

Há uma coleção farta, porém incompleta, de propriedade do jornalista Nelson Padrella, que já doou parte das edições para a Gibiteca de Curitiba, mas ainda não está disponível para pesquisadores. É fato que uma parte dessa produção tem vazado e saído do anonimato histórico, abrindo a discussão sobre a contribuição editorial da Grafipar, a editora dos livrinhos de bolso, e a maneira como – por meio do debate dos costumes, comportamentos e sexualidades – fez frente à mentalidade dos chamados anos do chumbo.

O capítulo mais cultuado dos HQs da Grafipar é a personagem Maria Erótica, de Cláudio Seto – cuja iconografia está a salvo e é estudada (SANTOS, 2020). Outros movimentos de interesse se formam. No prefácio da coletânea *Afrodite – quadrinhos eróticos*, que republicou em 2015 HQs da Grafipar com roteiro de Paulo Leminski e Alice Ruiz, Alice lembra que a experiência tornou “viáveis” uma série de profissionais, com o bônus de poderem falar de algo prazeroso. “... todas as outras revistas [fora a revista *Atenção*] tinham o sexo como tempero principal. Fosse qual fosse o assunto, o gancho de tudo era o sexo. Afinal, a editora tinha que sobreviver” (LEMINSKI; RUIZ, 2015, p. 11).

A “contravenção” dos costumes se tornava possível, mesmo no modelo esquemático dos HQs eróticos. A narrativa de Alice é ilustrativa sobre o que se pode chamar de “revolução pela intimidade e pelo humor”, marcas de uma parcela da produção da Grafipar:

Até que em uma viagem de trem, pela Estrada da Graciosa, a ideia veio. E veio como uma resposta ao Dalton Trevisan, autor de maior renome, até então, na terra das araucárias. Sua prosa retrata as patifarias cotidianas com uma naturalidade que beira a aceitação. E sabemos todos que, em matéria de patifaria, as mulheres têm um papel muito infeliz. Assim, criei meu primeiro roteiro de HQ, em que a personagem adquire vida e, revoltada com seu papel na

estória (ou seria história?), mata seu tirano escritor/criador no final (LEMINSKI; RUIZ, 2015, p. 11)

Pode-se considerar que para o espectro da imprensa alternativa – com exceção do *Pasquim*<sup>7</sup>, por razões que não cabem a este artigo – não causa impressão uma coleção de revistas empenhadas no humor dos quadrinhos e em conversar com leitores sobre preferências sexuais e fantasias. Há um fosso entre sexualidade e política. Até porque a sexualidade tenha interessado mais à turma do “desbunde” (CARMO, 2011; TREVISAN, 2007), que em alguma medida questionava a rigidez da esquerda engajada, que acreditou na luta armada como remédio para derrubar o regime. As suposições são tamanhas. Exigem uma imersão na história cultural e do imaginário brasileiro, entre outros labirintos que reforçam o *apartheid* entre sexo e sociedade, sexo e revolução.

O próprio fenômeno da pornochanchada – marco cultural da década de 1970 – não encontrou ainda seu ponto de fusão capaz de solidificá-lo como uma recusa ao regime militar. Vence, por ora, a ideia de que a pornochanchada era uma “filha da ditadura”, mais do que uma recusa a ela. Desenvolveu-se como um erotismo implícito, de duplo sentido, malicioso, cheio de *gags* – nascido da repressão, mais do que um protesto (ABREU, 2012; GODINHO, MOURA, 2012). Esse é o lugar comum em que a produção da Grafipar, apesar do intelectualismo dos consultores de sexualidade que a abasteciam, pode ser enquadrada.

## Libertinos

Uma sociedade sob repressão, mas também reprimida, teria, naturalmente, dificuldade em reconhecer na sexualidade um elemento libertário. O propalado autoritarismo da sociedade brasileira carrega para as relações íntimas a lógica da hierarquia, que se sobrepõe às ideologias, dada o enraizamento cultural do qual desfruta. É curioso que a esquerda brasileira tenha se mantido na contramão dos anos 60, quando, pela primeira vez, “luta política e reivindicação de liberdade sexual caminhavam juntas” (CHAUÍ, 1984, p. 230).

---

<sup>7</sup> O *Pasquim* correu em baía própria no cenário da imprensa alternativa. Usou do humor para criticar a ditadura e o conservadorismo brasileiro. Captou como poucos as convenções da classe média e as ridicularizou, atraindo a censura e, em resposta, um grande número de leitores. Mas era um jornal hedonista, que imprimia o modo de vida do carioca da Zona Sul, vista como um Brasil ideal (GREEN, 2000).

Na perspectiva da contracultura, o poder de Eros colocava em apuros a estrutura monogâmica-patriarcal e instaurava um modelo revolucionário de cidadania – uma outra condição para a existência (GIDDENS, 1993). Era a mais radical das viagens. E um problema a mais para quem estava preocupado com o regime. No mais, a sexualidade é uma questão paradoxal no Brasil, em especial, por não parecer ser. Os impasses têm raízes coloniais e abrigam tantas contradições que não causa seu apagamento contínuo na agenda nacional – o que inclui seu reconhecimento na pauta da resistência política. “Mostra a história que, quanto mais autoritários são os regimes políticos, maiores são as tendências para que se intensifiquem tentativas de controle das sexualidades, dos corpos e da própria diversidade” (SCHWARCZ, 2019, p. 206)

Os militares queriam manter a esfera pública aberta, desde que não criticasse o regime. Fracassaram nessa carta de intenções. Daí apelarem para a censura ao “conteúdo imoral” das produções artísticas e à repressão aos costumes, numa espécie de “medidas desesperadas”. As manifestações sexuais ditas não convencionais podiam se dar em espaços privados, como discotecas e cinemas, mas nunca em espaço público. Nesse raciocínio, a Grafipar – e seus personagens de pouca roupa – eram mais um estorvo do que um arrimo para quem torcia pela abertura política.

A imprensa alternativa, que conseguia burlar a vigilância da censura, criticava a ditadura militar e elegia como público-alvo estudantes, intelectuais e jovens de modo geral, ocasionalmente informando sobre mudanças políticas e culturais que ocorriam nos demais países. Contudo, como no caso da grande imprensa, as referências ao homoerotismo eram esparsas e pouco regulares (GREEN, 2000, p. 417)

Resta como estratégia de construção intelectual pensar essa produção no seu diálogo com a literatura libertina surgida a partir do século XVI e com os reflexos da libertinagem em outros flancos da literatura e do jornalismo brasileiro. Em tese, a linguagem libertina é reação ao idealismo e ao conformismo e recusa dos códigos tradicionais. É um exercício de liberdade. O sexo é sinônimo de ousadia no pensar e no agir – em prol da igualdade, inclusive (NOVAES, 1996). A popularização da gravura erótica – tendo como marco a reprodução da vida de uma prostituta, feita por William Hogarth, em Londres, entre 1730-1731 – podia, via prensa, atingir milhares de assinantes (DABHOIWALA, 2013), firmando-se como prática editorial.

“Sobre todas essas formas, o sexo é não apenas um tema, mas também um instrumento para rasgar o véu que cobre as coisas e explorar seu funcionamento interno” (DARNTON, 1996, p. 21). O discurso sobre esse tema ainda incômodo permite pensar fronteiras e ambiguidades – daí seu poder de fogo para mover a crítica social. Não por menos vai se consolidar como uma possível categoria filosófica – daí ser passível de investigação a entrega de intelectuais anônimos à aventura da Grafipar em plena ditadura. Exerciam ali o pensamento, em diálogo com as vertentes iluministas que partiam do sexo para pensar “natureza, felicidade, liberdade, igualdade” (DARNTON, 1996, p. 27).

... a explosão de jornais, panfletos e romances pode (como recebiam alguns moralistas contemporâneos) ter levado homens e mulheres a formarem suas opiniões mais através de leituras solitárias e em grupos menores, e menos a partir de fontes mais antigas e mais gerais de autoridade. Ela sem dúvida incentivou a expressão de uma maior multiplicidade de visões do que jamais acontecera antes (DABHOIWALA, 2013, p. 489)

Não se trata de uma prática tranquila. O século XVIII – auge da literatura pornográfica – vai esbanjar registros de queima e apreensão de livros e folhetos eróticos. Ao redor da censura se dava o mercado paralelo dessa produção. Quando havia apreensões, não raro o livreiro acuado respondia que se tratava de “matéria filosófica”, eufemismo para material que poderia acarretar problema com as autoridades e a ação inclemente da polícia contra a literatura sobre sexo (DARNTON, 1998; 2016). É questão vasta. O conceito de pornografia vem apenas do século XIX, com a era vitoriana, e se desenvolveu debaixo da chave dos livreiros – que separavam e trancavam as obras consideradas indecentes. Podiam ser de fato, mas também podiam ser um exercício de pensamento que nasce de orgias e quebra de barreiras. Em suma – o erotismo é eivado de dubiedade.

No Brasil do século XIX, um braço de dessa tradição é a chamada “literatura de sensação” ou “páginas de sensação” – entre outras possíveis investigações da literatura erótica. Num país com altos índices de analfabetismo, parte dessas obras “duvidosas” eram vendidas como livros “ao gosto do povo” (EL-FAR, 2004) – ainda que tenham chegado a expor “a coisa em si”, uma aventura que não eximiu nem Machado de Assis (MORAES, 2018). Nesse nicho, emergiam os chamados “romances para homens” – da categoria “livros baratíssimos”, em enredos sobre adolescentes violadas, esposas adúlteras e frades safados. “Os temas,

dentre outros, giravam em torno de casos de adultério, incesto, homossexualismo e prostituição” (EL-FAR, 2004, p. 15)

Esse conteúdo editorial vai se desdobrando ao longo do século XX, passando do universo livresco para as revistas e jornais, nos quais prova de um curioso hibridismo de linguagens – a visual, a literária, a informativa. Mantém-se como produção barata, mas também como provocação ao pensamento – a exemplo das polêmicas autoras de romances eróticos Cassandra Rios e Adelaide Carraro (AMARAL, 2015). É com esse mar de possibilidades que o editor Faruk El Khatib se depara quando os donos de bancas de revistas, no início da década de 1970, falam do bom negócio das “cartilhas”, “baralhos” e quadrinhos de Carlos Zéfiro<sup>8</sup>. Eram comercializados em banca de revistas, mas também em farmácias e postos de gasolina. Só não tinham espaço nas livrarias – daí, por certo, parte das dificuldades canônicas em reconhecê-las como literatura.

A literatura de Zéfiro inspirou Khatib do ponto de vista financeiro – mas ele lhe acrescentou um conceito “pedagógico”. O ritual clandestino se perpetuava, no ato da compra de revistas que ficavam escondidas no balcão. O que se encontrava lá fazia jus ao ritual, mas também a outra necessidade – a da informação.

Há indícios desse desejo em outros produtos dos anos 1970 – as enciclopédias vendidas em fascículos pela Editora Abril – algumas versadas em sexualidade – e revistas como *Ele&Ela*. Khatib consegue ver a Grafipar mais próxima desse universo do que o da resistência política (FERNANDES, 2017, 2018b). Mas ao editor, os leitores nem sempre pertencem.

## Considerações finais

As aproximações entre pornografia, erotismo e resistência formam um terreno dos mais pantanosos. E é fato que o tempo se ocupa de vencê-lo – tanto quanto de problematizá-lo com o requinte que merece. A redescoberta lenta e gradual da “imprensa de resistência”, inserida nos quadros da potente Grafipar Edições, dá mostra de estar entre esses sintomas. Além das referidas pesquisas dos autores – na forma de monografia ou de material para na imprensa – a

---

<sup>8</sup> Carlos Zéfiro era o pseudônimo do funcionário público do setor de imigração do Ministério do Trabalho Alcides Aguiar Caminha (1921-1992). Produziu “catecismos” de caráter erótico/pornográfico por 40 anos. Estima-se que tenha feito mais de 500 obras, com títulos como *As putas também gozam* e *Domada pelo sexo* (CUNHA, 2011).

controvertida editora de El Khatib deu origem à dissertação de mestrado *As histórias em quadrinhos de Maria Erótica (1979-1981) de Claudio Seto: visões carnalizantes durante a ditadura militar*, do designer Leandro Luiz dos Santos (2020), defendida no programa Tecnologia e Sociedade da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), com orientação da historiadora Marilda Lopes Pinheiro Queluz. O objeto de estudo é uma das revistas mais populares da publicadora – a cultuada e perseguida Maria Erótica –, o acervo pesquisado é o do multiartista Claudio Seto, mas o foco é a provocação da revista ao regime ditatorial instalado em 1964.

Ainda em finalização, a dissertação de mestrado *Ela também tem direito ao orgasmo: uma análise discursiva da coluna Sexyterapia da revista Peteca*, da jornalista Monique Ryba Portela, com orientação da pesquisadora Claudia Irene de Quadros, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCom), da Universidade Federal do Paraná (UFPR). O plano político se impõe pela própria natureza do tema, que imbrica o direito ao prazer feminino numa sociedade repressiva e, por que não, pornográfica no cerceamento do direito à democracia. Eis a questão. Em tempo, vale reforçar que a revista *Peteca* foi o principal produto editorial da “mal-colocada” Grafipar, um fenômeno à espera de definição.

Não por menos. As divisas libertárias ou autoritárias do erotismo e da pornografia não se resolvem por completo na magnífica obra de Roberta Darnton – que aproxima sedição e sedução, invoca o desejo como capacidade de pensar e resistir, um mantra dos libertários do século XVIII, entre outras premissas que convivem com a cortina de fumaça da história e do mercado da pornografia. Eis o problema. Exceto as declarações da poeta e compositora Alice Ruiz, que enxergava “guerrilha” nas revistas em quadrinhos que produzia para a Grafipar – com mulheres que resistiam à suposta “excitação” da violência, não se sabe ao certo o que era “desbunde” ou “conservadorismo” na média da equipe da editora. Reivindicar o direito ao prazer, como condição para existir democraticamente, pode, em resumo, ser mais um desejo de quem enxerga do lado de fora do que uma intencionalidade de quem estava do lado de dentro. É o ponto em que estamos.

## Referências

ABREU, Numo Cesar. **O olhar pornô:** a representação do obsceno no cinema e no vídeo. 2.ª ed. São Paulo: Alameda, 2012.

AMARAL, Agnes do. **A construção das identidades lésbicas na literatura e no jornalismo brasileiro: um mapeamento.** Curitiba: UFPR, 2015. Monografia disponível em: <<http://hdl.handle.net/1884/43415>>. Acesso em: 6/7/2019.

AMARAL, Agnes do. FERNANDES, J.C. **A representatividade lésbica nas revistas da Grafipar.** Seminário Internacional Fazendo Gênero 11 & XIII Womens's worlds. Florianópolis, 2017. <[http://www.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1499482081\\_ARQUIVO\\_AlesbianidadenasrevistasdaGrafipar-Agnes.pdf?fbclid=IwAR1qI\\_1du8p2zX-VIPfgyLTRiN0CcxLMmYy7Oceu2t2V9B1LCq\\_HJJTq\\_SM](http://www.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1499482081_ARQUIVO_AlesbianidadenasrevistasdaGrafipar-Agnes.pdf?fbclid=IwAR1qI_1du8p2zX-VIPfgyLTRiN0CcxLMmYy7Oceu2t2V9B1LCq_HJJTq_SM)>. > Acesso em 8/07/2019.

CARMO, Paulo Sérgio do. **Entre a luxúria e o poder:** a história do sexo no Brasil. São Paulo: Octavo, 2011.

CHAUÍ, Marilena. **Repressão sexual:** essa nossa desconhecida. 2.ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1984.

COHN, Sergio. **Revistas de invenção:** 100 revistas de cultura do modernismo ao século XXI. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2011.

COSTA, Carlos et al. **Histórias secretas:** os bastidores dos 40 anos de Playboy no Brasil. São Paulo: Panda Boodks, 2016.

CUNHA, Maria Teresa Santos. Do erotismo à pornografia: pílulas de comportamento nos livros de bolso de Corín Tellado e Carlos Zéfiro. In: BRAGANÇA, Aníbal. ABREU, Márcia (orgs.). **Impresso no Brasil:** dois séculos de livros brasileiros. São Paulo: Unesp, 2010

DABHOIWALA, Faramerz. **As origens do sexo:** uma história da primeira revolução sexual. São Paulo: Globo, 2013 (Biblioteca Azul).

DANTON, Gian. **Grafipar:** a editora que saiu do eixo. São Paulo: Ed. Kalaco, 2012.

DARNTON, Robert. **Os best-sellers proibidos da França pré-revolucionária.** São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

DARNTON, Robert. **Censores em ação:** como os Estados influenciaram a literatura. São Paulo: Companhia das Letras, 2016).

DARNTON, Robert. Sexo dá o que pensar. In: NOVAES, A. (org). **Libertinos e libertários.** São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

DENIPOTI, Cláudio. **Páginas de prazer:** a sexualidade através da leitura no início do século. Campinas (SP): Ed. Unicamp, 1999.

EL FAR, Alessandra. **Páginas de sensação**: literatura popular e pornográfica no Rio de Janeiro (1870-1924).m São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

FERNANDES, José Carlos. Alzeli Bassetti, em carne viva, em cores. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 30 set. 2018, Inspirar, p. 48-49.

FERNANDES, José Carlos. Confesso que vivi. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 9 dez. 2018. Inspirar, p. 48-49.

FERNANDES, José Carlos. Desejos impressos. **Helena**, Curitiba, n. 6, p. 60-87, setembro. 2017.

FERNANDES, José Carlos. As revistas eróticas de Faruk El-Kathib. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 20 nov 2015. Opinião, p. 3.

GADINI, Sérgio L. WOITOWICZ, Karina. **Noções básicas de folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa: Ed. UEPG, 2007.

GREEN, James N. **Além do carnaval**: a homossexualidade masculina no Brasil do século XX. São Paulo: Unesp, 2000.

GIDDENS, Anthony. **A transformação da intimidade**: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas. São Paulo: Unesp, 1993.

GODINHO, Denise. MOURA, Hugo. **Coisas eróticas**: a história jamais contada da primeira vez do cinema nacional. São Paulo: Panda Books, 2012.

KHATIB, Farul El. **De porta em porta em Nova York**. São Paulo: Senac, 2018.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários**: nos tempos da imprensa alternativa. 2.ª ed. São Paulo: Edusp, 2003.

LEMINSKI, P. RUIZ, Alice. **Afrodite**: quadrinhos eróticos. São Paulo: Veneta, 2015.

MARANHÃO, Carlos. **Roberto Civita: o dono da banca** – a vida e as ideias do editor da Veja e da Abril. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

MORAES, Eliane Robert. O império da alusão. In: MORAES, Eliane Robert (org.). **O corpo descoberto**: contos eróticos brasileiros (1852-1922). Recife (PE): Cepe, 2018).

MELO, José Marques de. **Mídia e cultura popular**: história, taxionomia e metodologia de folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

NOVAES, Adaulto. Por que tanta libertinagem? In: NOVAES, A. (org). **Libertinos e libertários**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.



PAIXÃO, Fernando (coord.). **Momentos do livro no Brasil**. São Paulo: Ática, 1997.

PÉRET, Flávia. **Imprensa gay no Brasil: entre militância e o consumo**. São Paulo: Publifolha, 2011.

SANTOS, Leandro Luiz dos. **As histórias em quadrinhos de Maria Erótica (1979-1981) de Claudio Seto: visões carnavalescas durante a ditadura militar**. Curitiba: UTFPR, 2020. Dissertação de mestrado.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. **Sobre o autoritarismo brasileiro**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

SIMÕES JR., Almerindo. **... E havia um lampião na esquina: memórias, identidades e discursos homossexuais no Brasil do fim da ditadura (1978-1980)**. 2.ª ed. Rio de Janeiro: Multifoco/Luminária Academia, 2013.

TREVISAN, João Silvério. **Devassos no paraíso: a homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade**. 7.ª ed; Rio de Janeiro: Record, 2007.

RIF

arti

artigos

artigo

gos

## Autocrítica da Folkcomunicação nas Ciências da Comunicação: Avaliação do GP na Intercom 2017<sup>1</sup>

*Yuji Gushiken<sup>2</sup>*

**Submetido em: 27/10/2020**

**Aceito em: 18/03/2021**

### RESUMO

Neste artigo, buscamos narrar, registrar e avaliar os procedimentos que caracterizam as práticas acadêmicas e os temas pesquisados em uma comunidade científica no âmbito do Grupo de Pesquisa em Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em 2017 pela Intercom, em Curitiba, capital do Paraná. Trata-se da busca de uma autocrítica, no sentido de observar como e em que medida a instituição e o desenvolvimento de procedimentos próprios do ambiente científico instituem e legitimam a caracterização científica do GP em meio ao Congresso da Intercom, considerando a inserção das Ciências da Comunicação nas demandas do Sistema Nacional de Pós-Graduação (SNPG).

### PALAVRAS-CHAVE

Grupo de Pesquisa em Folkcomunicação; Intercom 2017; Autocrítica; Ciências da Comunicação.

---

<sup>1</sup> Versão ampliada de trabalho apresentado no GP de Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), realizado de 2 a 7 de setembro de 2019 na Universidade Federal do Pará (UFPA), em Belém, Pará, Brasil.

<sup>2</sup> Professor do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea (Mestrado e Doutorado) da Universidade Federal de Mato Grosso (PPGECCO-UFMT). Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Estágio de pós-doutorado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (PPGCOM-UFC). Líder do Grupo de Pesquisa em Comunicação e Cidade (Citicom-UFMT/CNPq) em Cuiabá, Mato Grosso, Brasil. Correio eletrônico: yug@uol.com.br.

## **Self-criticism of Folkcommunication in Communication Sciences: Evaluation of the Research Group at Intercom 2017**

### ABSTRACT

In this article, we seek to narrate, record, and evaluate the procedures that characterize academic practices and the topics researched in a scientific community within the Research Group on Folkcommunication, Media and Interculturality of the 40th Brazilian Congress of Communication Sciences, held in 2017 by Intercom in Curitiba, capital of Paraná. It is a search for self-criticism, in the sense of observing how and to what extent the institution and development of procedures specific to the scientific environment institute and legitimize the scientific characterization of the GP in the midst of the Intercom congress, considering the insertion of Communication Sciences in the demands of the National Graduate System (SNPG)

**KEY-WORDS:** Research Group on Folkcommunication; Intercom 2017; Self-criticism; Communication Sciences.

## **Autocrítica de la Folkcomunicación en las Ciencias de la Comunicación: Evaluación del GI en Intercom 2017**

### RESUMEN

En este artículo buscamos narrar, registrar y evaluar, en una perspectiva autocrítica, los procedimientos que caracterizan las prácticas académicas y los temas investigados en una comunidad científica dentro del Grupo de Investigación en Folkcomunicación, Medios e Interculturalidad del 40º Congreso Brasileño de Ciencias de la Comunicación, realizado en 2017 por Intercom, en Curitiba, capital de Paraná. Es una búsqueda de la autocrítica, en el sentido de observar cómo y en qué medida la institución y desarrollo de procedimientos propios del ámbito científico instituyen y legitiman la caracterización científica del grupo de investigación del congreso de Intercom, considerando la inserción de las Ciencias de la Comunicación en las demandas del Sistema Nacional de Posgrado (SNPG).

**PALABRAS-CLAVE:** Grupo de Investigación en Folkcomunicación; Intercom 2017; Autocrítica; Ciencias de la comunicación.

### Introdução

A realização de sessões de apresentação de trabalhos completos em um grupo de pesquisa (GP) de um congresso de sociedade científica nacional traduz inicialmente o desenvolvimento do Ensino Superior, o que inclui, em especial, o ensino de pós-graduação. No

caso do Brasil, na medida em que a prática de pesquisa passa a incidir e renovar o conteúdo do ensino de graduação, o Sistema Nacional de Pós-Graduação (SNPG) institui-se como patrimônio científico produzido em construção coletiva pelas bases do ensino universitário, o que demanda desenvolvimento e autocrítica permanentes.

Trabalhos de pesquisa inscritos, necessariamente avaliados por pares (outros pesquisadores), aprovados (com ou sem solicitações de alteração) e apresentados à comunidade científica refletem a atividade de docentes pesquisadores nas Instituições de Ensino Superior (IES), enfaticamente nas entidades públicas federais e estaduais, mas também nas particulares que investem em ciência e tecnologia. Trabalhos apresentados tornam-se indicadores das práticas acadêmicas que visam reproduzir as condições de formação de recursos humanos para pesquisa e para a carreira acadêmica no Brasil.

O Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado anualmente pela Sociedade Brasileira de Estudos e Pesquisas Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), chegou em 2017 à sua 40ª edição. É um dos eventos científicos mais longevos na Comunicação: área básica das Ciências Sociais Aplicadas 1/CAPES/MEC (COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR, 2016) e subárea das Ciências Sociais Aplicadas<sup>3</sup>/MCTI (CONSELHO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO, 2021) no Brasil. O evento de 2017 teve 18 divisões temáticas (DTs), com 33 grupos de pesquisa (GPs). Na Divisão Temática 8 (Estudos Interdisciplinares), localiza-se o GP em Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade.

Neste artigo, versão ampliada de trabalho apresentado no próprio GP em 2019, na Universidade Federal do Pará (UFPA), em Belém, sob coordenação da Profa. Dra. Maria Érica de Oliveira Lima (PPGCOM-UFC), pretendemos evidenciar a Folkcomunicação como perspectiva teórica (BELTRÃO, 1980, 2001, 2004) que, ao produzir sua inserção no campo maior da Comunicação (MELO, 2008), tem o sistema científico brasileiro e latino-americano como referência e atualidade.

No atual contexto histórico, tendo as Ciências da Comunicação como área de atuação institucional, a comunidade de pesquisadores da Folkcomunicação busca, a partir das questões teórico-metodológicas que lhe são próprias ou recorrentes, produzir o exercício

---

<sup>3</sup> Classificação assim interpretada, dada a leitura possível no documento de comunicação institucional do CNPq.

autocrítico sobre processos e produtos acadêmicos, assim considerados, oriundos dessa abordagem, o que inclui atentar-se aos modos de entrar, manter-se e, conforme possibilidades, inovar nesse campo científico, ainda recente na história desta ciência no Brasil.

### **Campo científico, *habitus* e autocrítica**

O sociólogo Pierre Bourdieu, ao ter a história das vidas intelectual e artística europeias como referência, desenvolve teoricamente a noção de *campo* como a “história das transformações do sistema de bens simbólicos e da própria estrutura destes bens”, com base no desenvolvimento de uma autonomização progressiva das relações de produção, circulação e consumo de bens simbólicos (BOURDIEU, 2004a, p. 99). O autor, que desenvolve essa concepção em vários textos, emprega em um deles a noção genérica de “campo da produção cultural” (BOURDIEU, 2004b, p. 19), no qual inclui, entre outras formações discursivas, a ciência, o que permite considerar, no amplo panorama desta noção, a produção do *campo científico*.

Na possível analogia com o campo das artes eruditas, como sugerido pelo próprio autor (BOURDIEU, 2004a), consideramos a experiência da produção científica, no que lhe compete no amplo campo cultural, como uma espécie de “bem simbólico”. A produção de um campo científico (BOURDIEU, 2004b) e os processos de produção que lhe são próprios evidenciam a instituição da prática de pesquisa como tradutora de uma experiência de modernização do sistema universitário nacional brasileiro.

Nessa experiência, o sistema se moderniza à medida que a prática de ensino adere à prática de pesquisa como elemento constituinte do ambiente acadêmico, assim instituindo um *campo científico* com seus processos integrantes (desenvolvimento de metodologias, divulgação de resultados, avaliação por pares, formação de novos pesquisadores, enfim, produção de conhecimentos validados nos parâmetros que o próprio campo institui).

Se a analogia com as artes é razoável, a organização do grupo de trabalho no congresso anual da Intercom ao longo dos anos vem produzindo e desenvolvendo um *habitus* científico que passa necessariamente pelo aprendizado constante do que a estrutura do ambiente acadêmico, de modo geral, institui como condição de legitimação das práticas de produção e divulgação de pesquisa.

No caso da Folkcomunicação, em razão da sua singularidade no campo comunicacional, o *habitus*, como sistema de estruturas motivadoras, ao mesmo tempo se consolida e se expande, dada a necessidade do próprio campo de se atualizar nas distintas experiências produzidas de ensino e pesquisa.

O *habitus*, embora possa agir como uma “estrutura estruturante” (BOURDIEU, 2013, p. 87), é também atravessado e constituído pela diferença que institui novas condições de repetição e inovação em um determinado campo, o que inclui, evidentemente, o científico – no caso, o da Comunicação. A esta possibilidade de interação com normas estabelecidas externamente e à necessidade de criação de novas categorias, conceitos e noções internos, consideramos a montagem do grupo de trabalho em Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade, no Congresso da Intercom, em sua dimensão autocrítica.

O *habitus* científico, necessariamente autocrítico, pondera, na metáfora do jogo que constitui o campo, a necessidade de produzir, gerenciar e avaliar, coletivamente, suas próprias regras, buscando autonomia com relação às leis específicas de funcionamento que o regem. Neste sentido é que o GP de Folkcomunicação, como grupo constituinte do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, busca adequar-se aos trâmites já consagrados no ambiente científico, dialogando de modo específico com o campo da Comunicação, bem como proceder às práticas que são próprias da comunidade de pesquisadores que se formou em torno da abordagem folkcomunicacional.

Balizado em ampla medida pela Rede Brasileira de Estudos e Pesquisa sobre Folkcomunicação (Rede Folkcom), embora não apenas, o GP reúne anualmente distintas gerações de pesquisadores em atividade nas cinco regiões do país e com diferentes experiências de investigação. Os resultados das pesquisas evidenciam as dinâmicas comunicacionais no campo cultural e apresentam distintas leituras sobre o que pode ser o campo comunicacional em suas práticas poéticas e epistêmicas ligadas ao campo da Cultura.

Estes são problemas em instância epistemológica da abordagem folkcomunicacional, na medida em que o amplo campo da Cultura apresenta-se como exterioridade que incide de modo polissêmico no campo da Comunicação. Mas as dinâmicas culturais apresentam-se também como motivo para fomentar as virtudes epistêmicas da abordagem folkcomunicacional quando esta exterioridade significa a virtualidade do novo que se apresenta ao campo comunicacional. As intensas transformações nos campos da

Comunicação e da Cultura apresentam, continuamente, questionamentos ao GP, enquanto o próprio GP, por sua vez, apresenta e devolve questões ao campo da Comunicação.

As sessões de trabalho evidenciam a formação de um sistema especialista, a exigir contínuo desenvolvimento de habilidades acadêmicas e técnicas nas quais estão envolvidos os pesquisadores em seu cotidiano de ensino e pesquisa. As habilidades são múltiplas e desafiadoras: participação em um campo científico, domínios conceituais, revisão bibliográfica, produção de uma bibliografia própria de referência, redação científica, avaliação por pares, atualização de normas técnicas, orientação de trabalhos (dissertações, teses e monografias), colaboração com outros pesquisadores, emissão de pareceres, apresentação oral dos trabalhos, submissão de artigos, deliberações acadêmicas, autocrítica interna, entre outras práticas que exigem autocrítica constante no ambiente científico.

Além de sua característica de sistema especialista, nas condições de funcionamento de uma comunidade científica mais ampla, o GP enfrenta transformações no campo comunicacional, que apresenta constantes desafios teórico-metodológicos de modo a impactar e questionar a Folkcomunicação como abordagem teórica e comunidade de pesquisa. O trânsito entre o tradicional e o moderno configura as pesquisas em geral apresentadas no GP. O desafio, no caso, mostra-se como a adoção de uma postura autocrítica ou autorreflexiva, nos termos de Ulrich Beck (1997), de modo a estarmos atentos às transformações no mundo contemporâneo que questionam, continuamente, as nossas habilidades acadêmicas, em ampla medida obsoletas a cada tempo, e provocam a abordagem folkcomunicação e o campo da Comunicação em instância epistemológica.

Portanto, é preciso nos atentarmos às evidências de que, no campo científico, a produção de um *habitus* apresenta-se em sua relação com “estruturas estruturadas” predispostas a funcionar como “estruturas estruturantes” (BOURDIEU, 2013 p. 87). Entre o que se torna ordinário e o que se permite em criatividade na pesquisa, devemos nos dotar de uma autoconfrontação com nossos próprios valores, de modo autocrítico, ou seja, autorreflexivo, o que sugere uma lida com nossos próprios limites, concebendo a possibilidade de participar, comunitariamente, através da produção de valores e regras em comum em um campo do conhecimento, e assim correr os riscos da empreitada.

Modernamente, como aponta Scott Lash na leitura que faz de Ulrich Beck, “a reflexividade na modernidade implica uma liberdade crescente dos sistemas especialistas e



uma crítica a eles” (LASH, 1997, p. 142). A abordagem folkcomunicação, se tende a estruturar-se, analogamente, como um sistema especialista na formatação e no funcionamento de um GP, busca atender-se aos processos acadêmicos e procedimentos científicos com os quais e através dos quais ela se constitui no campo da Comunicação.

A concepção de GP em ambiente científico, portanto, relaciona-se diretamente com a produção de confiança, que Anthony Giddens define, nos termos da experiência moderna, como a credibilidade de uma determinada pessoa ou sistema e que só existe em um regime de crença e está sempre relacionada à incerteza (GIDDENS, 1991, p. 44-45). O desenvolvimento de habilidades acadêmicas, igualmente nos termos dessa mesma experiência moderna, enseja a habilitação contínua de pesquisadores na produção de relações de confiança entre os pares no âmbito do GP e, em espectro maior, no amplo campo da Comunicação.

Nessa perspectiva autocrítica, relatamos, como recorte e opção metódica, a realização do GP no Congresso da Intercom de 2017, em Curitiba, capital do Paraná, ao modo de estudo de caso, ano em que tivemos a oportunidade de coordenar o GP e acompanhar o processo de recepção, avaliação e apresentação de trabalhos. A autocrítica inclui a necessidade de pensar o funcionamento de um GP em sua relação com a produção de pesquisa e a formação de pesquisadores nos cursos de mestrado e doutorado, considerando ainda as demandas de iniciação científica, na graduação. As exigências dos programas de pós-graduação e as necessidades de um GP de congresso evidenciam normas e padrões de duas instâncias da vida acadêmica, com demandas convergentes e, por vezes, conflitantes.

O SNPG vem se construindo na adoção de procedimentos autocríticos desde a década de 1970, por meio de processos de avaliação sistemática, entre fragilidades e virtudes próprias de um campo científico ainda em busca de consolidação. A avaliação, que passa a constituir o *habitus* científico, tornou-se mais enfática e está em busca de aperfeiçoamento desde os primeiros anos do século XXI. No desenvolvimento desta avaliação, com suas nuances, conflitos e polêmicas, a comunidade científica brasileira passou a se atribuir a tarefa de pensar, promover e difundir princípios de organização, avaliação e desenvolvimento do ensino de pós-graduação para a formação consistente e contínua de pesquisadores.

A apresentação de trabalhos em um GP de congresso científico contém indicadores de como funcionam os programas de pós-graduação *stricto sensu* em seu objetivo principal, que

é, além da produção de conhecimento, a formação de pessoal para pesquisa e, enfaticamente, embora não apenas, para a docência de Ensino Superior.

Cada trabalho apresentado representa a dinâmica de formação de mestres e doutores nos grupos de pesquisa<sup>4</sup> registrados no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), a intensidade do vínculo entre o trabalho apresentado e a área de concentração do programa de pós-graduação (PPG) em que é ou foi desenvolvido, os reflexos do programa no qual o pesquisador se formou e a dinâmica de formação de pesquisadores no ambiente maior do SNPG, o que inclui a política científica nacional produzida pelas bases da vida universitária, voltada para a formação de uma massa crítica em todas as áreas do conhecimento.

O conjunto de trabalhos apresentados no GP, portanto, potencialmente indica o funcionamento e a maturidade de uma área do conhecimento. No caso do GP de Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade, trata-se de aferir, com base nos trabalhos apresentados nas sessões e registrados nos anais, agora documentos constituintes de uma época, a dinâmica de produção científica em dois aspectos: na abordagem folkcomunicacional, no âmbito maior do campo da Comunicação, mas também na abertura epistemológica de outras áreas do conhecimento às questões comunicacionais e, de modo específico, folkcomunicacionais, considerando o enquadramento da ementa e o processo de envio, avaliação, aprovação e apresentação dos *papers* (e suas questões) pelos pesquisadores.

## **Trabalhos do GP: Avaliação por pares e procedimentos**

Em 2017, o GP de Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade recebeu 22 trabalhos no portal da Intercom. O corpo de pareceristas do GP teve a participação de 23 pesquisadores doutores, vinculados a 20 IES no Brasil e no exterior. Com exceção da Região Norte, todas as demais regiões do país estiveram representadas no corpo de pareceristas.

O perfil dos pareceristas inclui pesquisadores que já vêm participando do GP há vários anos com apresentação de trabalhos, mas avaliadores sem qualquer atividade no GP também

---

<sup>4</sup> Convém diferenciar o GP em torno do qual se reúnem pesquisadores em um congresso científico (caso do GP de Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade) e grupos de pesquisa, em geral liderados por um pesquisador, e que possuem registro no âmbito das pró-reitorias de pós-graduação e pesquisa das IES e no Diretório de Grupos de Pesquisas do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (DGP-CNPq).

foram convidados a emitir pareceres, ao modo de uma avaliação externa. A coordenação do GP solicitou a avaliação de apenas um trabalho, sendo que três pareceristas avaliaram dois trabalhos. Destes 23 pareceristas, um enviou o parecer após o período de avaliação por motivos de saúde – o parecer foi enviado ao autor, mas já sem função de classificação. Um dos pareceristas não enviou a avaliação por motivos de problemas pessoais.

Os poucos trabalhos que receberam inicialmente um parecer negativo obtiveram uma segunda avaliação. Havendo aprovação ou solicitação de alteração no texto na segunda avaliação, e com os autores realizando as alterações solicitadas, a coordenação do GP decidiu favoravelmente pelo aceite final, dada a dificuldade, no segundo semestre de 2017, de acessar e contar com o trabalho voluntário de novos pareceristas.

O GP registrou conflitos de avaliação no que se refere ao enquadramento temático dos trabalhos enviados. Pareceristas mais antigos da Rede Folkcom tenderam a defender a necessidade de abordagem estritamente folkcomunicacional, recusando de imediato trabalhos apenas pelo não enquadramento na antiga ementa do GP.

O GP passou a ter a denominação “Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade” em deliberação no Congresso da Intercom realizado na Universidade de São Paulo (USP), em 2016, naquele período sob coordenação da Profa. Dra. Karina Janz Woitowicz (PPGJor/UEPG). Em 2017, a alteração temática não apresentou unanimidade entre pesquisadores e tem merecido maior debate e melhor resolução pelos membros do GP, o que não foi possível naquele ano em função de pauta prioritária, em reunião da Rede Folkcom ao final das sessões, sobre a realização de evento da Rede, em 2018, na Universidade Federal do Amazonas (UFAM), em Parintins.

Em 2017, a lida com o sistema de gerenciamento para envio e avaliação de trabalhos do GP apresentou uma situação na qual o coordenador e os pareceristas tiveram que aprender a trabalhar com a ferramenta tecnológica do sistema de submissão de trabalhos adotado pela Intercom. A maioria dos pareceristas lidou com tranquilidade com a plataforma digital. Para alguns, no entanto, o trabalho apresentou vários níveis de dificuldade, o que se justifica pelo fato de o sistema trazer caminhos e protocolos nem sempre explícitos e de fácil compreensão pelo usuário.

Uma percepção sobre a participação dos pareceristas em 2017 foi a sobrecarga de trabalho docente em suas instituições de ensino e pesquisa. Nesta situação, a produção e a

emissão de pareceres tendeu a sobrecarregá-los em suas atividades cotidianas. Parte dos pareceristas emitiu as avaliações com rapidez. Outra parte dos avaliadores evidenciou uma relação conflitante com a emissão dos pareceres, para os quais foi enviada uma segunda mensagem lembrando-os do prazo estabelecido na programação do Congresso. Dos pareceristas de 2017, apenas três enviaram trabalhos ao GP, os quais foram igualmente analisados por outros avaliadores e aprovados.

A participação em um GP, portanto, considera a necessidade não apenas de pesquisadores submeterem trabalho para avaliação cega (*blind review*) por pares da comunidade científica, mas igualmente a necessidade de cada pesquisador, quando eventualmente convidado, dar-se também a tarefa de realizar leituras e avaliações de trabalhos de seus pares, contribuindo criticamente para o desenvolvimento da área de Comunicação e para a abordagem folkcomunicacional, instituindo, assim, a autocrítica interna ao grupo como condição de legitimidade acadêmica.

## **Folkcomunicação: Temas recorrentes, emergentes e questionamentos**

O conjunto de 21 trabalhos aprovados pelo corpo de pareceristas, seguindo o processo de avaliação cega (não identificada) por pares, foi dividido por aproximação temática em quatro sessões, durante dois dias nos quais 20 trabalhos foram efetivamente apresentados. Participaram do GP, assinando trabalhos como autores ou coautores, 36 pesquisadores: 10 orientadores de dissertações ou teses, seis pesquisadores ou colaboradores, oito doutorandos, dois mestres, sete mestrandos, um graduado, um graduando e um doutor coorientador.

A seguir, as sessões, os trabalhos e seus autores.

### **Sessão 1 (Folkcomunicação: Expressividades, registros e rumores da religiosidade no Brasil)**

#### **– Festa do Santo Preto: Comunicação e cultura dos marujos de Freguesia do Andirá**

Francinete Louseiro de Almeida (UFMA/São Luís e PUCRS/Porto Alegre) e Josefa Melo e Sousa Benviti Andrade (UFMA/São Luís)

#### **– Ex-voto do padre Donizetti Tavares de Lima: Folkcomunicação para um líder carismático**

Cristian Rogério Moroni (UMC/Mogi das Cruzes) e Cristina Schimidt (UMC/Mogi das Cruzes).

**– O ex-voto e as manifestações de fé da Festa do Divino da Comunidade Quilombola de Santa Tereza (Figueirão/MS): Um objeto de estudo da Folkcomunicação**

Letícia Monteiro Rocha (UFMS/Campo Grande).

**– Marginalidades culturais e imaginário midiático sobre a cidade de Cuiabá na comédia “As Fias de Mamãe”**

Joilson Francisco da Conceição (UFMT/Cuiabá), Aline Wendpap Nunes de Siqueira (UFMT/Cuiabá) e Yuji Gushiken (UFMT/Cuiabá).

**– A fotodocumentação da fé: Uma análise folkcomunicação sobre a fotografia com dispositivos móveis digitais no registro de romarias, romeiros e ex-votos**

Beatriz Lima de Paiva (UFRN/Natal), Alice Oliveira de Andrade (UFRN/Natal) e Itamar de Moraes Nobre (UFRN/Natal).

A Sessão 1 constituiu uma linha de investigação que tem sido relevante historicamente no desenvolvimento da Folkcomunicação como abordagem no campo da Comunicação. Nesta sessão, que teve seis trabalhos, assinalou-se a forte presença de pesquisas sobre manifestações folclóricas nas festas da tradição católica em vários estados do país, mas registrando-se, necessariamente, as questões étnicas, em especial as que se referem à questão afro-brasileira, no âmbito da religiosidade popular.

As práticas dos ex-votos nos estudos em Folkcomunicação evidenciam a busca por uma expressividade possível dos fiéis, ou seja, trata-se de uma dimensão comunicacional das práticas culturais. Estas práticas expressivas, simultaneamente comunicacionais, epistêmicas e poéticas, têm sido recorrentes historicamente na pesquisa folkcomunicação e caracterizam as condições de produção simbólica de amplas faixas da população brasileira no que se refere à religiosidade popular.

Trabalhos sobre catolicismo popular, embora centralizem tematicamente a sessão, apresentaram questões às dinâmicas das relações étnico-raciais no Brasil, tendo manifestações da cultura afro-brasileira como foco de enunciação discursiva em pesquisas realizadas em território quilombola no município de Figueirão, em Mato Grosso do Sul, e no município de Barreirinha, no Amazonas.

Tema recorrente no GP, a religiosidade nas culturas populares de distintas regiões (Nordeste, Sudeste e Centro-Oeste) do país evidencia processos de reinvenção do imaginário místico entre aquela população pensada por Darcy Ribeiro (1995): mestiços de um processo

de aculturação das matrizes étnicas originárias (lusitanos, negros, indígenas) que ao longo dos séculos produziram uma nova matriz designada “brasileiros”.

Não por acaso, a religiosidade popular nestes trabalhos apresenta a relação intercultural (historicamente tensa) entre catolicismo popular e comunidades afrodescendentes, as práticas de romarias e ex-votos entre populações caboclas, sertanejas e caipiras, e o riso na comédia como vingança dos caipiras contra a modernidade vacilante que arduamente se instala nos sertões do Cerrado brasileiro.

Os trabalhos da sessão evidenciam os estudos em Comunicação indissociáveis do campo cultural não como variável, mas como condição estruturante da produção de sentido. São trabalhos que sugerem a Folkcomunicação não como campo de estudos de “resíduos” culturais na modernização nacional, mas de práticas culturais que engendram, entre dialética e afirmativamente, as singularidades dos hábitos de (bem) viver nas distintas regiões do território nacional.

**Sessão 2 (Folkcomunicação: Performatividade, identidades convulsivas e políticas da interculturalidade no campo comunicacional)**

**– Miss Caipira Gay em Belém do Pará: Estudos de gênero e folkcomunicação**

Muryllo Raphael Lorenzoni (UFMT/Cuiabá).

**– Ação e interação: Uma etnografia do gauchismo no ciberespaço**

Ariele Silvério Cardoso (UFSC/Florianópolis).

**– Jornal do ‘nuances’: Um estudo do ativismo LGBT gaúcho sob a perspectiva da folkcomunicação**

Amanda de Andrade Campo (PUCRS/Porto Alegre).

**– Cibercuiabania na Folkcomunicação política: Estudo da campanha eleitoral de 2016 para prefeito pelo Partido Socialismo e Liberdade em Cuiabá.**

Silvia Ramos Bezerra (UFMT/Cuiabá) e Joelton Nascimento (UNIVAG/Várzea Grande).

**– Folkmídia e cultura indígena Xerente: Uma análise do agendamento midiático do Dasípe**

Verônica Dantas Meneses (UFT/Palmas) e Edvaldo Sullivan Xerente (UFT/Palmas).

As identidades culturais, que têm sido foco recorrente nas pesquisas em Folkcomunicação, apresentaram-se em amplos processos de transformação nesta sessão de trabalhos. Em comum, o registro das pesquisas sobre as transformações das identidades nos

processos midiáticos. Nesse aspecto, a montagem da sessão sugeriu adotar uma abordagem pela história do Surrealismo, em especial na leitura do alemão Max Ernst e as “identidades convulsivas”. (GIMFERRER, 1983)

Identidades étnicas e regionais, representadas pelos setores hegemônicos ou não, tendem a apresentar outras nuances quando atravessadas pelas demandas dos grupos minoritários. Nesta sessão, a representação de gênero carrega distintos vieses de crítica social: na organização não governamental representante dos grupos LGBTQIA+ no Rio Grande do Sul, movimento simultâneo à representação do tradicionalismo gaúcho com o qual se registram relações de conflito, a identidade regional, no caso, apresenta-se cindida em meio a reivindicações minoritárias na luta pela diversidade, evidenciando os conflitos que tornam difusa a identidade contemporânea.

A representação de gênero também tende a questionar distintos modos de representação social, na medida em que a temática LGBTQIA+ busca se inserir no universo das festas juninas, simbolicamente ligadas à religiosidade católica, em Belém do Pará. Entre ironia e ferramenta de crítica social aos padrões culturais hegemônicos, o estudo sobre “Miss Caipira Gay” coloca em pauta as contradições sobre percepção, adesão, desconstrução e reinvenção das práticas culturais e comunicacionais no âmbito das tradições populares em Belém.

A música popular urbana evidencia crises, afirmações e reinvenções da identidade local na Grande Cuiabá: os usos comunicacionais do lambadão, gênero musical ainda em processo de reconhecimento pela população em geral, torna-se ferramenta de visibilidade no marketing político de um candidato minoritário, assim considerado no ambiente político-partidário nas eleições políticas em Mato Grosso, sendo ele próprio intérprete e membro de banda de lambadão.

De Palmas, Tocantins, um dos trabalhos é assinado por um estudante de origem indígena, da etnia Xerente, em parceria com sua orientadora acadêmica. Trata-se de trabalho que evidencia a participação de aluno indígena como sujeito de produção científica e autor de trabalho de pesquisa no campo da Comunicação. Este é um indicador relevante no GP em 2017, na medida em que grupos minoritários, antes estudados nas Ciências Sociais e Humanas, agora apresentam à comunidade científica seus próprios pesquisadores e enunciam suas próprias demandas políticas, com apoio de docente orientadora no ambiente de uma universidade pública federal.

No geral, os trabalhos da sessão reúnem investigações que fazem dialogar a Folkcomunicação com temas da Antropologia, dos Estudos Culturais e seus contemporâneos Estudos de Gênero e Estudos Queer. As identidades culturais constituem questões no campo comunicacional. Ou seja, são elementos estruturantes destas investigações nos campos da Comunicação e suas interfaces nas Ciências Sociais e nas Ciências Humanas.

O folclore, uma vez capturado/inserido na modernização midiática, ganha contornos do “folclórico”, ou seja, das transformações da genérica e moderna ideia de “cultura popular”, com toda a carga ideológica que a pesquisa crítica no campo da Comunicação sugere prestar atenção desde o século XX.

A sessão apresentou a identidade como processo performativo e, assim, a performance midiática como moderna condição de transformação das identidades. Identidades convulsivas, em uma leitura do surrealismo de Max Ernst, apresentam-se como demanda de uma crítica que historicamente a arte produziu sobre o campo da cultura e da política.

A Interculturalidade, no caso, como tema agora explicitado no GP, evidencia-se não apenas como condição histórica, mas como ferramenta política e em processo de atualização, o que demanda continuamente uma postura autocrítica dos pesquisadores com relação às lutas pela subjetividade e pela cidadania. A questão deixada pela sessão é se estará o mundo, dada sua diversidade e antagonismos, disposto à coexistência física e virtual das identidades com suas diferenças.

### **Sessão 3 (Folkcomunicação: Interdisciplinaridade, questões epistemológicas e Epistemes Outras na Comunicação)**

#### **– Relacionamentos virtuais e família: Enlaces interculturais**

Ieda Tinoco Boechat (UENF/Campos dos Goytacazes), Hideliza Lacerda Tinoco Boechat Cabral (UENF/Campos dos Goytacazes) e Carlos Henrique Medeiros de Souza (UENF/Campos dos Goytacazes).

#### **– Folkcomunicação em perspectiva etnográfica: Contribuições para as práticas de ensino em Jornalismo**

Karina Janz Waitowicz (UEPG/Ponta Grossa).

#### **– Esboçando a comunicação exusíaca a partir de uma “encruza” epistemológica**

André Cunha Duarte Carneiro (UFRJ/Rio de Janeiro).



**– Festa, povo e comunicação: Um estudo sobre a ritualidade do São João do Maranhão**

Francinete Louseiro de Almeida (UFMA/São Luís e PUCRS/Porto Alegre) e Josefa Melo e Sousa Benviti Andrade (UFMA/São Luís).

**– Comunicação, poesia e religião**

Míriam Cristina Carlos Silva (UNISO/Sorocaba) e Isabella Pichinguelli (UNISO/Sorocaba).

A Sessão 3 apresentou uma demanda de trabalhos de pesquisa desenvolvidos em programas de pós-graduação em Comunicação (incluindo PPG em Jornalismo) e nas grandes áreas das Ciências Sociais, das Ciências Humanas e da Área Interdisciplinar, na medida em que seus objetos de pesquisa, entre novos e “tradicionais”, passam à condição de objetos midiáticos ou tangenciando o campo comunicacional.

Mas também aponta-se o contrário: as ferramentas conceituais da Antropologia como subsídio teórico para o desenvolvimento de um pensamento comunicacional. É o caso em que pesquisas interdisciplinares apontam para a Comunicação no âmbito das Ciências Sociais Aplicadas, em especial no desenvolvimento do Jornalismo como profissão e subárea do conhecimento no campo comunicacional.

Comunicação como ritual, o que se repete e busca confirmar na comunidade, e não Comunicação como informação (a informação como novidade e produtora da diferença), inclui a interface com o campo religioso e os distintos misticismos na cultura brasileira. No entanto, as questões em instância epistemológica sugerem ainda padrões de comunicação sob um paradigma científico que se mantém hegemônico.

Religiosidade e poesia, quando cruzam os enunciados científicos, proporcionam uma espécie de abertura na área de pesquisa. O cruzamento vai além do debate em instância epistemológica e sugere uma reinvenção epistêmica para novos modos de se pensar a interface entre comunicação e cultura. São os casos em que as experimentações no pensamento causam desconfortos no campo teórico da Comunicação, mas apresentam as virtualidades para se conceber, além de uma crítica epistemológica, a criatividade do pesquisador e a inserção de Epistemes Outras *no, a partir do ou apesar do* campo comunicacional.

Esta expansão de interface entre Comunicação e Cultura são as evidências da abertura do GP aos temas da Mídia e da Interculturalidade. A renomeação do GP, ao menos no

primeiro ano de alteração no nome do Grupo, favoreceu e estimulou a entrada de novos temas, com presença de pesquisadores recorrentes e novos participantes. O conjunto de trabalhos atribuiu ao GP um forte debate em instância epistemológica, abrindo espaço epistemicamente criativo na medida em que outras matrizes culturais incidem como categorias estruturantes do campo da Comunicação, tendo a Folkcomunicação, de modo consciente e autocrítico, como espaço de reprodução do campo científico, mas com abertura às virtualidades das inovações e experimentações do pensamento comunicacional.

**Sessão 4 (Narrativas do Brasil, construções do imaginário e crítica da cultura nas transformações do audiovisual contemporâneo).**

**– O Cinema Novo no Brasil a partir do enfoque folkmediático**

Maria Isabel Amphilo (UMESP/São Bernardo do Campo).

**– Do popular ao pop em “Gonzaga, de Pai pra Filho”**

Guilherme de Souza Castro Neto (Ulbra/Canoas e UAM/São Paulo).

**– Era para ser sobre hip hop, mas tornou-se o espetáculo do popular: Uma análise do documentário “Fala, Tu”**

Thifani Postali Jacinto (Unicamp/Campinas).

**– Folclore e videogame: Jogando, aprendendo e valorizando a cultura popular**

Marcelo Pires de Oliveira (UESC/Ilhéus) e Antonio Carlos da Mota Filho (UESC/Ilhéus).

**– A “mulher do padre”: Tradição e misoginia na adaptação audiovisual do mito da mula-sem-cabeça**

Andriolli Brites da Costa (UFRGS/Porto Alegre).

A Sessão 4 teve apresentação de cinco trabalhos que evidenciaram imagens narradas/ficcionadas do Brasil e a construção de um imaginário estruturado deste regime de imagens (conflitos, convergências etc.). O conjunto de trabalhos evidencia também as transformações midiáticas, o pensamento audiovisual brasileiro e como o Brasil é representado/ constituído neste regime de imagens midiáticas.

Cinema (ficção e documentário), videogame e séries para Internet – gêneros midiáticos que emergiram em séculos distintos: XIX, XX e XXI – evidenciam o enredamento entre o tradicional e o moderno, o novo como realimentação do antigo, o antigo como virtualidade do que há de bater à nossa porta na vida contemporânea. Do primeiro ao quinto

trabalho apresentou-se um panorama das transformações midiáticas com distintos modos de narrar imagens do Brasil.

Esta foi a sessão em que a centralidade da Mídia como ferramenta de transmissão e veiculação de informações tornou-se mais evidente, puxando a montagem da programação do GP para a questão própria da modernização tecnológica e midiática, o que caracteriza genericamente, e hegemonicamente, a pesquisa no campo comunicacional.

A transformação midiática, com as conseqüentes alterações nos gêneros midiáticos, apresentou-se na sucessão dos trabalhos: Cinema Novo no século XX, o cinema de ficção e o cinema documentário no Brasil e aspectos da transmídiação nos games e na produção de séries. No entanto, a abordagem folkcomunicacional apresentou-se de modo enfático na seqüência dos trabalhos: imaginário, transformações do folclore em cultura popular, folclore como singularidade na produção de games e nas mais recentes produções experimentais de séries para Internet.

A sessão evidenciou a tensão do enredamento entre modernização tecnológica e memórias do folclore e das culturas populares no Brasil, caracterizando uma situação em que se designa a Folkcomunicação como abordagem teórica ajustada historicamente às condições de produção simbólica no âmbito da sociedade brasileira.

## **Origem dos trabalhos por instituição e área do conhecimento**

Os autores do GP de Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade, em 2017, são oriundos de 20 IES, contemplando as cinco regiões do Brasil e denotando o alcance da abordagem folkcomunicacional no país.

Das vinte instituições representadas, catorze são públicas (nove federais, quatro estaduais e uma comunitária) e seis privadas, a saber: Universidade Federal da Bahia (UFBA), Universidade de Mogi das Cruzes (UMC), Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), Universidade de Sorocaba (UNISO), Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Centro Universitário de Várzea Grande (UNIVAG), Universidade Federal do Tocantins (UFT), Universidade Estadual do Norte Fluminense (UENF), Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), Universidade

Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Universidade Luterana do Brasil (Ulbra), Universidade Anhembi-Morumbi (UAM), Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e Universidade Metodista de São Paulo (UMESP).

Dos trabalhos, dezessete são produto de dissertações de mestrado ou teses de doutorado em andamento ou defendidas, conforme informações na primeira página do *template* do Congresso. A maioria é proveniente de programas de pós-graduação *stricto sensu* da área de Comunicação. Os trabalhos são oriundos das seguintes áreas, segundo divisão da CAPES/MEC:

**Comunicação e Informação** – Nove no total: Comunicação (6), Jornalismo (1), Estudos da Mídia (1) e Mídias (1).

**Interdisciplinar** – Cinco no total: Cognição e Linguagem (1), Estudos de Cultura Contemporânea (2), Cultura e Sociedade (1) e Políticas Públicas (1).

**Antropologia e Arqueologia** – Um no total: Antropologia (1).

Registrou-se um equilíbrio entre trabalhos oriundos de dissertações de mestrado e de teses de doutorado, evidenciando o processo de verticalização do ensino superior brasileiro através dos programas de pós-graduação em Comunicação e dos demais programas, principalmente os da Área Interdisciplinar (subárea Sociais e Humanidades), que constituem o SNPG.

Parte relevante dos trabalhos provém de programas de pós-graduação interdisciplinares, área com alta demanda e entrada no SNPG. Em 2017, os programas da Área Interdisciplinar da CAPES/MEC que tiveram trabalhos no GP foram: Cognição e Linguagem (UENF/Campos dos Goytacazes), Estudos de Cultura Contemporânea (UFMT/Cuiabá), Cultura e Sociedade (UFBA/Salvador) e Políticas Públicas (UMC/Mogi das Cruzes).

O número de trabalhos oriundos da Área Interdisciplinar, todos da subárea de Sociais e Humanidades, reforça a demanda por pesquisas interdisciplinares, tangenciando a Área da Comunicação, que também se estruturou historicamente através de práticas interdisciplinares. Um dos trabalhos é resultado de dissertação de mestrado em Antropologia

(UFSC/Florianópolis), mas com ênfase em questões midiáticas, o que denota, nas Ciências Sociais, o impacto que o campo comunicacional apresenta nas áreas adjacentes.<sup>5</sup>

A apresentação de trabalhos da Área Interdisciplinar e de outras áreas das Sociais e Humanas resulta, como se pode inferir, da abertura dessas áreas a temas recorrentes e próprios da Comunicação, além da maior receptividade do GP a temas experimentais, em nível empírico e teórico, a partir de 2017.

Foi relativamente comum, como é recorrente, o envio de trabalhos por mestrandos e doutorandos sem a assinatura dos seus orientadores. Em 2017, a coordenação do GP sugeriu aos autores mestres, mestrandos e doutorandos nessa situação, se considerassem conveniente e viável, que solicitassem a seus orientadores a revisão dos trabalhos em primeira instância, a assinatura da coautoria e a formalização da divulgação do trabalho a partir do lugar de fala institucional, que é o PPG. A maioria das sugestões foi acatada.

Em alguns casos, a assinatura não foi possível por motivos não explicitados, o que inclui, hipoteticamente, discordância do orientador com relação ao conteúdo ou abordagem teórica do trabalho. Em outros, infere-se que houve incompatibilidade entre a produção científica do pós-graduando e os interesses do seu PPG de origem. Registra-se que pós-graduandos no mestrado ou doutorado estão produzindo trabalhos com maior nível de autonomia na relação com os orientadores, o que inclui trabalhos paralelos aos projetos de dissertação e tese, denotando distintas concepções de ensino de pós-graduação na Comunicação e demais áreas.

Embora não seja norma na Intercom, na condição de sociedade científica responsável pela estruturação do campo, a coordenação do GP considerou que, na perspectiva organizacional de cada PPG, a assinatura de trabalhos pelos orientadores deve indicar a primeira instância de avaliação do *paper*, o que se realiza na relação orientando-orientador no âmbito do GP do orientador e no âmbito maior do próprio PPG como espaço de formação de novos pesquisadores. No entanto, os trabalhos que não acataram a sugestão não deixaram de ser aprovados por isso.

Também foram registrados trabalhos de pesquisadores não vinculados a programas de pós-graduação. São professores doutores em IES nas quais a ênfase, por questões históricas, é

---

<sup>5</sup> O trabalho consta dos Anais do Congresso de 2017, mas não foi apresentado oralmente na sessão designada.

no ensino de graduação. Eles produzem trabalhos em parceria com outros docentes ou com alunos, por vezes em atividades de iniciação científica, com resultados favoráveis, evidenciando a formação de pesquisadores desde os estudos de graduação.

Foi registrada também a participação de doutores vinculados a instituição que não é de ensino e pesquisa e que atuam em atividades não relacionadas às práticas acadêmicas, mas que produzem pesquisa de forma autônoma, aplicam questões da Comunicação em suas práticas profissionais e buscam se aproximar da comunidade científica através do GP. São evidências de que o campo científico da Comunicação também pode ter impacto positivo de outra natureza no desenvolvimento de instituições públicas em seu modo de pensar e conceber políticas públicas.

## Considerações finais

A realização do GP de Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade no Congresso da Intercom de 2017, em Curitiba, evidencia alguns pontos que consideramos relevantes:

Na perspectiva da coordenação do GP, o processo de produção e funcionamento das sessões demanda observar uma série de habilidades que constituem o ambiente de pesquisa e de ensino de pós-graduação, com a necessidade de aperfeiçoar os procedimentos e manter vigilância (técnica, epistemológica e epistêmica) sobre demandas atuais e virtuais que nele incidem, de modo a mantê-lo e a transformá-lo. A vigilância é, necessariamente, autocrítica, visando refletir sobre suas próprias condições de funcionamento, tendo como parâmetro a busca pela otimização dos procedimentos que regem o ambiente científico.

O *habitus* estruturado e estruturante das práticas de pesquisas folkcomunicacionais permite a visualização de um campo que reproduz os condicionantes teórico-metodológicos das Ciências da Comunicação e, simultaneamente, introduz variáveis que permitem novas formas de intervenção no campo científico da Comunicação, que, a nosso ver, equivale a um procedimento autocrítico da Folkcomunicação com relação ao campo e, ao mesmo tempo, com a própria abordagem.

A produção de trabalhos de pesquisa se dá enfaticamente no âmbito dos programas de pós-graduação *stricto sensu*, na área de Comunicação, mas também nas Ciências Sociais e Humanas e na Área Interdisciplinar (subárea Sociais e Humanidades). Esta distribuição

evidencia a dinâmica da produção científica que se institui no SNPG, com ampla produção de trabalhos por estudantes de mestrado e doutorado.

Um fenômeno visível, e que deve ser motivo de preocupação na estruturação da Comunicação como campo científico, é que muitos artigos de pós-graduandos não recebem, em primeira instância, revisão e assinatura dos orientadores de dissertação e tese. A não assinatura evidencia certa autonomia do pós-graduando, mas indica também relações pouco formais entre orientando e orientador no âmbito dos programas de pós-graduação, com possíveis consequências na avaliação anual dos programas regularmente inscritos na CAPES/MEC. A coordenação do GP, após enfatizar a questão ao longo das sessões, sugeriu à Diretoria Científica da Intercom que este procedimento passe a ser obrigatório a pós-graduandos para envio e aprovação de *papers* nos GPs, mas o assunto ainda é difuso e necessita de maior clareza no âmbito da comunidade de pesquisadores das Ciências da Comunicação.

Em 2017, a coordenação do GP enfatizou a revisão por pares como procedimento de avaliação científica e condição de aceite de trabalhos, acionando 23 pesquisadores como avaliadores *ad hoc*. Conforme procedimento instituído no ambiente científico, todos os pareceristas eram doutores, titulação indicadora de experiência mínima de produção científica. Embora o volume de trabalhos enviados não tenha sido grande, houve dificuldade de encontrar pesquisadores disponíveis para realizar as avaliações, inclusive no âmbito da Rede Folkcom, instância habitual de produção e avaliação dos trabalhos na perspectiva folkcomunicação. No caso, foram acionados pesquisadores das áreas de Comunicação e das Ciências Sociais e Humanas e da Área Interdisciplinar, brasileiros e estrangeiros, para efetuar o trabalho.

As quatro sessões do GP foram realizadas em dois dias. A coordenação do GP convidou quatro pesquisadores mais frequentes no GP e nos eventos da Folkcomunicação para atuarem como coordenadores adjuntos em cada sessão: Marcelo Pires Oliveira (UESC), Karina Janz Woitowicz (UEPG), Cristina Schmidt (UMC) e Maria Isabel Amphilo (UMESP). Em parceria, e em busca de um trabalho comunitário, o coordenador e os coordenadores adjuntos produziram os debates com os pesquisadores. A direção de cada sessão foi rigorosa com o tempo de apresentação de cada trabalho (15 minutos) e necessariamente todos os trabalhos receberam comentários e críticas do coordenador e dos coordenadores adjuntos. Cada

trabalho também pôde ser comentado pelos demais membros do GP, que foram convidados e incentivados a participar com comentários críticos e questões, visando configurar a dinâmica própria de um GP, no qual o público é enfaticamente de pesquisadores, embora em níveis distintos de experiência científica.

As quatro sessões evidenciam as distintas características da pesquisa folkcomunicacional: ênfase nas transformações tecnológicas, nas dinâmicas das identidades culturais, nas instâncias epistemológicas e nas questões da religiosidade. O trabalho de curadoria e organização, ao montar as quatro sessões, visou relacionar aqueles com temáticas próximas, visando também ampliar o relacionamento entre os integrantes do grupo.

A inclusão das palavras-chave “Mídia” e “Interculturalidade” no GP durante o Congresso de 2016, na Universidade de São Paulo (USP), enfrentou resistência, não explícita, de parte da comunidade mais frequente na Rede Folkcom. No entanto, os trabalhos enviados sugerem que esta abertura fomentou o funcionamento do GP, com 21 trabalhos e quatro sessões, número padrão de sessões nos congressos da Intercom, embora o número de trabalhos enviados seja comparativamente baixo com relação a dados apresentados por outros GPs. Deve ser considerada também a discreta participação dos membros do chamado “núcleo duro” do GP, por aposentadoria, principalmente, o que tem forçado a uma revisão do perfil do GP.

Pondera-se que a produção de trabalhos na abordagem da Folkcomunicação sofre ainda resistência nos programas de pós-graduação em Comunicação, o que tem sido uma questão silenciada nas Ciências da Comunicação. As evidências são os trabalhos sem assinatura dos orientadores e pelo fato de serem trabalhos feitos, hipoteticamente, à parte daqueles de dissertação e tese. Por outro lado, nota-se abertura para a abordagem da Folkcomunicação em programas de pós-graduação da Área Interdisciplinar, o que denota uma possibilidade de prática científica exatamente onde as fronteiras das ciências estão sendo questionadas e onde se afirmam distintas formas de se fazer pesquisa.

Em 2017, o GP da Intercom, com submissão relativamente baixa de trabalhos em comparação com outros GPs, dividiu atenção dos pesquisadores com a Conferência de Folkcomunicação em Recife e o Congresso da Assibercom, em Portugal, além da realização da I Jornada de Folkcomunicação do Amazonas. Os fóruns científicos da Folkcomunicação se ampliaram, ganhando amplitude nacional e internacional, com mais trabalhos sendo



apresentados, participação de novos pesquisadores, incluindo graduandos e pós-graduandos, mas também novos doutores em atividade em distintas regiões do país e no exterior. Em 2017, o indício foi de que a Folkcomunicação construiu espaços acadêmicos relevantes e hoje dispõe de muitos eventos, que competem com o Congresso da Intercom. No entanto, aponta-se a necessidade de formação de novos pesquisadores nos níveis da graduação e da pós-graduação que justifique e mantenha sua expansão institucional, a dinâmica acadêmica dos eventos e o desenvolvimento de processos de ensino-pesquisa nos quais se formam novas gerações e se reproduz o sistema científico.

Ao final da quarta e última sessão de trabalhos, a Rede Folkcom, presidida naquele ano pela Profa. Dra. Eliane Mergulhão (Fatec/São José dos Campos), realizou reunião ordinária com pesquisadores, atividade acadêmica que consta da programação do GP nos congressos da Intercom.

## Referências

BECK, Ulrich. A reinvenção da política: Rumo a uma teoria da modernização reflexiva. *In*: GIDDEN, Anthony; BECK, Ulrich; LASH, Scott (orgs.). **Modernização reflexiva: Política, tradição e estética na ordem social moderna**. São Paulo: Editora Unesp, 1997, p. 11-72.

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

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias**. Porto Alegre: ediPUCRS, 2001.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: Teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2004.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2004a.

BOURDIEU, Pierre. **Os usos sociais da ciência: Por uma sociologia clínica do campo científico**. São Paulo: Editora Unesp, 2004b.

BOURDIEU, Pierre. **O senso prático**. Petrópolis: Editora Vozes, 2013.

CONSELHO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO. **Áreas do Conhecimento – Ciências Sociais Aplicadas**. Disponível em: <http://lattes.cnpq.br/web/dgp/ciencias-sociais-aplicadas>. Acesso em 4 mar. 2021.

COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR. **Ciências Sociais Aplicadas 1: Documento de Área 2016**. Brasília: CAPES, 2016.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora Unesp, 1991.

GIMFERRER, Pere. **Max Ernst**. Rio de Janeiro: Ao Livro Técnico S/A, 1983.

LASH, Scott. A reflexividade e seu duplo: Estrutura, estética, comunidade. *In*: GIDDENS, Anthony; BECK, Ulrich; LASH, Scott (Orgs.). **Modernização reflexiva**: Política, tradição e estética na ordem social moderna. São Paulo: Editora Unesp, 1997, p. 142-206.

MELO, José Marques de. **O campo da Comunicação no Brasil**. Petrópolis: Editora Vozes, 2008.

RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro**: A formação e o sentido do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

## Os ex-votos como mídias na transmissão e na preservação da memória social

*Magali do Nascimento Cunha<sup>1</sup>  
Luis Erlin Gomes Gordo<sup>2</sup>*

**Submetido em: 28/09/2020**

**Aceito em: 04/04/2021**

### RESUMO

Este artigo, de caráter teórico, baseado em pesquisa bibliográfica, assentada nos estudos em Folkcomunicação, com as teorias de Luiz Beltrão, e na noção de memória cultural religiosa, com as ênfases defendidas por Jan Assmann, atenta para o caráter comunicativo da memória religiosa que abrange a articulação de experiências vividas e aprendizagens transmitidas. Destaque é dado ao lugar dos ex-votos, uma prática comum a vários grupos religiosos, de agradecimento por uma graça divina alcançada, interpretados aqui como veículos de transmissão e preservação da memória de uma localidade e de uma época. No trajeto metodológico é elaborada uma aplicação, por meio da apresentação da ampliação das tipologias utilizadas nos estudos de Folkcomunicação, proposta em tese de doutorado defendida por um dos autores deste estudo, como a indicação das possíveis formas de transmissão e preservação da memória social em cada tipo de ex-votos.

### PALAVRAS-CHAVE

Memória cultural religiosa; Folkcomunicação; Ex-votos.

---

<sup>1</sup> Doutora em Ciências da Comunicação, coordenadora do Grupo de Pesquisa Comunicação e Religião da INTERCOM. Correio eletrônico: magali.ncunha@gmail.com

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Filósofo, Teólogo, Jornalista e Sacerdote, Diretor Editorial da Editora Ave-Maria e da revista Ave Maria. Correio eletrônico: erlin@avemaria.com.br

## **The ex-votos as media in the transmission and in the preservation of social memory**

### ABSTRACT

This article, of a theoretical nature, based on a bibliographical research, grounded on the studies in Folkcommunication, with the theories of Luiz Beltrão, and on the notion of religious cultural memory, with the emphasis defended by Jan Assmann, puts attention to the communicative character of the religious memory that encompasses the articulation of lived experiences and transmitted learning. The ex-votos are highlighted in the study, a common practice of various religious groups, of thanks for a divine grace achieved, interpreted here as vehicles of transmission and preservation of the memory of a locality and an time. In the methodological course, an application is elaborated, through the presentation of the extension of the typologies used in the studies of Folkcommunication, proposed in a doctoral dissertation defended by one of the authors of this study, as the indication of possible forms of transmission and preservation of social memory in each type of ex-votos.

### KEY-WORDS

Religious cultural memory; Folkcommunication; Ex-votos.

## **Los ex-votos como medio en la transmisión y presevación de la memoria social**

### RESUMEN

Este artículo teórico, basado en la investigación bibliográfica, referenciado en los estudios en Comunicación Popular, con las teorías de Luiz Beltrão, y en la noción de memoria cultural religiosa, con los énfasis defendidos por Jan Assmann, es atento al carácter comunicativo de la memoria. que engloba la articulación de experiencias vividas y aprendizajes transmitidos. Se destaca en el lugar de los exvotos, práctica común a diversos grupos religiosos, en agradecimiento por una gracia divina lograda, interpretada aquí como vehículos para transmitir y conservar la memoria de un lugar y un tiempo. En el camino metodológico, se elabora una aplicación, mediante la presentación de la ampliación de las tipologías utilizadas en los estudios de Comunicación Popular, propuesta en una tesis doctoral defendida por uno de los autores de este estudio, como indicación de las posibles vías de transmisión y preservación de la memoria social en cada tipo de exvotos.

### PALABRAS-CLAVE

Memoria cultural religiosa; Comunicación popular; Exvotos.

## Introdução

A noção de "memória" é objeto de diferentes abordagens, sendo abrangida de variadas formas, que podem relacionar-se ao ponto de vista psíquico e cognitivo das memórias individuais, ao do tempo e da história das memórias coletivas, como também da mecânica e da cibernética das memórias eletrônicas.

O processo da memória revela-se bastante complexo, não como um simples ato mental ou cerebral. As palavras usadas comumente para descrever a memória - recordar, lembrar, evocar, reconhecer, registrar, comemorar - mostram que este conceito pode incluir variadas noções, desde uma sensação mental, individual, até uma cerimônia pública. Neste estudo privilegiamos o conceito de memória que, para além do fenômeno individual e psicológico, a compreende como um dado social tal como é abordado nas ciências humanas (em especial na Filosofia, na Sociologia e na História) (HALBWACHS, 1990; FRENTRESS, WHICKAM, 1992).

Nesse sentido, ao se dedicar à interface "memória, comunicação e religiões", este trabalho, de caráter teórico, baseado em pesquisa bibliográfica, assentada nos estudos em Folkcomunicação (BELTRÃO, 1965, 1980; GOMES GORDO, 2015) e na noção de memória cultural religiosa (ASSMANN, 2006) atenta para o caráter comunicativo da memória religiosa que abrange a articulação de experiências vividas e aprendizagens transmitidas. Destaque será dado ao lugar dos ex-votos, uma prática comum a vários grupos religiosos, interpretados como veículos de transmissão e preservação da memória de uma localidade e de uma época.

No trajeto metodológico é elaborada uma aplicação, por meio da apresentação da ampliação das tipologias utilizadas nos estudos de Folkcomunicação, proposta em tese de doutorado defendida por um dos autores deste estudo, como a indicação das possíveis formas de transmissão e preservação da memória social em cada tipo de ex-votos.

## Ex-votos como comunicação

O conceito de ex-voto pode ser facilmente compreendido pela etimologia do termo. Estamos diante de duas palavras latinas "Ex" e "Votum", que foram unidas para especificar uma prática votiva na antiga Roma. Votum é proveniente do participio do passado do verbo latino voveo/ vovere – que também significa "voto / promessa", "prometer algo a alguém".

Significa, portanto, uma promessa ou voto feito a uma divindade. Este termo foi criado pelos romanos para identificar as promessas que eram feitas aos deuses. Importa ressaltar que a palavra nasce com um cunho estritamente religioso.

Com o passar do tempo essa expressão tipicamente religiosa foi ganhando outras conotações em seu emprego. No tempo do Império Romano, era comum que os soldados fizessem voto de obediência aos seus superiores. Os súditos faziam voto ao Imperador – prometendo fidelidade. Com isso, entendemos a aplicação corriqueira da palavra voto em nossos dias. Votar é dedicar à confiança em algum candidato.

Na concepção religiosa, independente da crença, constata-se o “contrato” que o fiel busca estabelecer com suas divindades:

No caso religioso, existem vários tipos de votos feitos pelos fiéis ao divino. O voto expressa que estamos sob a tutela de algum ser que no nosso entender, ou do fiel, é maior do que nós. Faz-se um voto ou uma promessa por vários motivos, um deles é o enriquecimento espiritual na busca de perfeição, as pessoas que creem desejam que seus pecados, ou aquilo que os separa da divindade seja atenuado, por isso fazem votos de serem pessoas melhores, de viverem essa ou aquela virtude. Também se fazem votos na busca de cura dos males físicos, doenças e enfermidades. Outra forma de voto é o pedido de proteção divina.

O voto sempre pressupõe uma resposta do fiel para com a benevolência do sagrado, ou seja, sempre é acompanhado de uma promessa: “se eu receber isso, eu faço aquilo”. Seria quase que uma “barganha” espiritual. (GOMES GORDO, 2015, p. 31).

A palavra voto, no sentido religioso, foi empregada, então, pela Igreja católica romana para designar a consagração religiosa de pessoas que buscam viver a configuração com Cristo. Os religiosos emitem votos de pobreza, castidade e obediência. Percebemos com isso, que apesar das muitas formas de ser empregada, a essência da palavra permanece, como um “contrato”. Com o ex-voto esta concepção de “contrato” é salientada.

O prefixo “ex”, também de origem latina significa “pôr para fora”. Dessa forma, é compreensível a real definição de ex-voto, como cumprimento externo, por parte do devoto, do contrato estabelecido com o sagrado. O ex-voto é o cumprimento da promessa. Quando o fiel faz um voto a uma divindade ele faz um contrato de cumprimento, caso a divindade faça sua parte em atendê-lo. Depois de alcançar a graça, por intermédio da divindade de sua devoção, o devoto cumpre a sua parte no acordo, que é externar o agradecimento.

O acordo é firmado pela fé, e mesmo que tenha sido feito em segredo (entre ele e a divindade), mesmo que ninguém saiba desse acordo, o fiel sabe. E não é qualquer acordo, pois a promessa não poderá ser quebrada, o prometido foi feito para “alguém” que têm poderes superiores sobre ele.

O acordo brota da fé daquele que quer receber a graça com aquele que pode dar a graça, por isso a promessa quase sempre é um segredo que o fiel guarda para si, em seu íntimo. Quando a graça é alcançada e o “milagre” realizado é hora de externar a gratidão, colocar para fora como testemunho para os outros o que a divindade fez em seu favor. Os ex-votos são o cumprimento externo da graça recebida, e tentam materializar em símbolos imagéticos o benefício recebido. (GOMES GORDO, 2015, p. 31-32)

Podemos dizer que o acréscimo do prefixo “ex” diante da palavra “voto” seria a consequência de um acordo firmado (pela fé) e executado com sucesso, o sagrado fez a sua parte, agora por meio do “ex” (do colocar para fora), o devoto cumpre a sua parte no acordo e testemunha o poder da divindade. É um testemunho para os seus iguais do poder daquela entidade, mas é também um “afago”, um presente (material), que o devoto imagina ser do agrado dessa mesma divindade.

Esta relação de fé entre o devoto e a entidade pressupõe que o fiel imagina ter uma relação de intimidade com esta força sagrada, a ponto de intuir e saber com precisão o presente que mais agradaria à entidade de sua devoção.

**Figura 1** - Sala de ex-votos do santuário do Bom Jesus de Matosinhos, Congonhas do Campo (MG)



**Fonte:** [projectoex-votosdobrasil.net](http://projectoex-votosdobrasil.net)

A expressão ex-voto foi usada desde o princípio da religião da antiga Roma, para expressar o mesmo significado utilizado hoje não apenas, no que é mais comumente identificado, nas práticas de fiéis católicos em gratidão a graças alcançadas, por meio de elementos materiais oferecidos nos locais destinados (igrejas, pontos de devoção, marcos geográficos), mas também nas práticas de outros grupos religiosos ao longo da história, permeando cultura (GOMES GORDO, 2018). No caso do Brasil, por exemplo, outros grupos cristãos como os evangélicos exercem a prática dos ex-votos por meio dos testemunhos orais nos momentos de culto ou pelo oferecimento a Deus de elementos materiais como carteiras de trabalho, resultados de exames médicos, entre outros. Da mesma forma, é possível identificar o oferecimento de ex-votos entre religiões de matriz africana no país.

Alguns sinônimos de ex-votos também podem ser utilizados para designar uma oferta do devoto a uma divindade: oferta – oferecer algo em agradecimento, ou em troca de (alguma coisa); sacrifício – pressupõe uma atitude “penitencial” como agradecimento, podem ser peregrinações, procissões com os pés descalços, até o sacrifício de animais em algumas religiões.

A prática votiva dos ex-votos é uma forma material (simbólica) de o devoto se relacionar efetivamente com as suas divindades. O ex-voto tem esse poder simbólico



comunicacional, mesmo que os devotos não tenham dados empíricos para afirmar que a entidade sagrada, de fato, esteja feliz com o agradecimento material; existe, no entanto, um código entre os fiéis. O testemunho de um é entendido pelo outro. Sendo assim, essa comunicação devocional se torna publicidade, tanto para a divindade quanto para o agraciado.

O ex-voto como peça devocional, geralmente não tem valor em si, pois em sua grande maioria são confeccionados de matérias simples. O seu valor está no significado simbólico e comunicacional. Se o milagre foi em benefício de uma cabeça que continha algum mal a ser superado, o fiel devoto confecciona ou manda fazer, ou compra uma cabeça, seja ela de cera, madeira ou isopor. O objeto não é a cura, pois seria impossível materializá-la, portanto surge o símbolo como linguagem palpável aos olhos e ao entendimento, que Cornelius Castoriadis (2010) define como imaginário efetivo, não da coisa em si, mas daquilo que se imagina sobre determinada situação. O ex-voto é o imaginário efetivo, não se pode determinar o que a divindade gostaria de receber em recompensa por ter realizado determinada graça, mas o fiel materializa o imaginário sobre a forma de identificação, participação ou de causação.

Com base nesta reflexão de Castoriadis, podemos destacar essa afirmação: “O delírio mais elaborado bem como a fantasia mais secreta e mais vaga são feitos de ‘imagens’ mas estas ‘imagens’ lá estão como representando outra coisa; possuem, portanto, uma função simbólica” (CASTORIADIS, 2010, p. 154). É o imaginário que se tem da divindade que determina o tipo de símbolo (ex-voto) que será “posto para fora” em agradecimento pela graça recebida.

O fiel imagina um santo ou um deus poderoso, inclusive possuidor do dom de interferir (para o bem ou para o mal) em sua vida (bênção – castigo). Mas é difícil imaginar um ser que seja alheio à sua natureza humana. As representações das divindades atribuem a elas características divinas, porém com traços extremamente humanos. Por essa razão, intui-se, de forma imaginária e simbólica, os presentes que entes sagrados gostariam de receber.

**Figura 2** - Ex-voto pintado dedicado a São Benedito, Angra dos Reis, (RJ)



**Fonte:** [projectoex-votosdobrasil.net](http://projectoex-votosdobrasil.net)

São projeções de nossos desejos de sermos recompensados por algo que fizemos, que nos faz imaginar que o divino também deseja ser “bajulado” por algo de bom que ele tenha realizado.

Por isso, existe uma força comunicacional nas expressões votivas por meio dos ex-votos. Um desejo de tocar a divindade, de alegrá-la por meio das oferendas muitas vezes materiais, ou até mesmo, através de gestos espirituais, como caminhar descalço em uma procissão, por exemplo.

O elemento material (simbólico) é fundamental para que o agraciado se sinta de fato ouvido. Por essa razão é comum que em igrejas católicas, o fiel, além de rezar para o seu santo de devoção, se aproxime dele (imagem) na tentativa de tocar aquela representação. Este gesto não é apenas um toque, mas uma profunda comunicação entre as aspirações mais secretas do devoto com a entidade que (em seu entendimento) sabe de sua vida e das situações difíceis pelas quais ele está passando.

Em todas as religiões existem formas concretas de comunicação material com as divindades: as liturgias, os ritos, os gestos que nos colocam em diálogo com o sagrado. Porém, é na religião popular que as formas de relação comunicacional entre divindade e devotos são

perceptíveis em profusão. Na religiosidade popular, o fiel se vê livre de muitas “amarras” que são impostas pelas instituições, deixando vir à tona elementos de sua natureza:

A religiosidade popular, ensina-nos que a possibilidade de empregar símbolos, de compreender a linguagem mitológica, de praticar atos e fazer gestos simbólico-rituais para expressar o mundo religioso constitui componente profundamente humano e religiosa, componente, aliás, irrenunciável (SARTORI, TRIACCA, 1992, p. 1.011).

Luiz Beltrão, pesquisador que está na gênese dos estudos de Folkcomunicação no Brasil, publicou em 1965, na revista *Comunicação & Problemas* o seu célebre artigo “O ex-voto como veículo jornalístico”. O texto é considerado a gênese da corrente de pesquisa acadêmica fundada por Luiz Beltrão, a “Folkcomunicação”, que aproxima as manifestações culturais, de modo especial as folclóricas, das pesquisas em comunicação social e em outras áreas multidisciplinares. Beltrão, além de considerar o ex-voto como comunicação, defendeu a teoria de que os ex-votos são veículos jornalísticos, potencializando assim o entendimento de que esta prática votiva, além de ser diálogo comunicacional entre o penitente e o sagrado, e entre o penitente e os seus, seria também um registro histórico. Afirma que o simbólico deixado como prova da graça alcançada conta a história de uma localidade, de um tempo, são “crônicas” jornalísticas.

Segundo Beltrão (1980) os aspectos comunicacionais dos ex-votos são dois:

(1) a comunicação de um fiel com os outros fiéis. Existe uma linguagem comum que os devotos entendem e decodificam entre si. O fato de aqueles objetos votivos estarem expostos em lugares considerados sagrados dispensa a explicação, eles acabam falando por si, o devoto vê e entende. Para esse grupo a mensagem está explícita, é uma forma de comunicar-se já instituída entre seus membros, a decodificação da mensagem é instantânea, e o fim último da oferenda de um ex-voto é justamente estabelecer esse elo de comunicação entre o fiel e a divindade, e também do fiel com os seus, sendo que ele se transforma em propagandista do poder miraculoso do divino.

(2) a carga simbólica dos objetos ofertados. Podem sinalizar as características de uma época e os traços mais enigmáticos de uma sociedade ou grupo, assim essa força comunicacional estaria na interpretação de um pesquisador acadêmico que pode encontrar nos ex-votos um objeto de pesquisa para diversas disciplinas, entre elas a sociologia, a

antropologia, a teologia, e de modo especial, como nos afirma Beltrão, o jornalismo ou a comunicação social.

Dessa forma, os inúmeros ex-votos que enchem as salas de milagres, os terreiros ou são pronunciados em momentos cúlticos, também podem sinalizar o universo local dos moradores de uma determinada região (GOMES GORDO, 2015). Onde a seca castiga, podemos citar o nordeste brasileiro, muitos dos ex-votos estão relacionados ao sucesso da colheita (afastando assim a fome); em zonas rurais, os ex-votos podem estar relacionados a algum animal que se recuperou de moléstias; em alguns santuários, o que se destaca são os diplomas e becas, simbolizando a dificuldade de se concluir um curso acadêmico (seja ele qual for) e a falta de incentivo por parte das autoridades competentes; podem ser um retrato das doenças mais simples e do descaso do poder público com a saúde; os ex-votos de pessoas que deixaram algum vício, dependendo do número exposto no santuário, são a manifestação do índice de moradores que enfrentam algum tipo de dependência química (álcool, cigarro ou outras drogas não lícitas).

**Figura 3 - Informe Publicitário da Igreja Pentecostal Deus é Amor (SP)**



**Fonte:** Arquivo dos autores

O historiador e antropólogo Luiz da Câmara Cascudo assim se referiu, à época, aos estudos de Beltrão:

Seu plano, Luiz Beltrão, de estudar o EX-VOTO é um soberbo programa de necessidade imediata. O “ex-voto” é uma voz informadora da cultura coletiva, no tempo e no espaço, tão legítima e preciosa como uma parafernália arqueológica. Vale muito mais que uma coleção de crânios, com suas respectivas e graves medições classificadoras. É um dos mais impressionantes e autênticos documentos da mentalidade popular, do Neolítico aos nossos dias. E sempre contemporâneos, verdadeiros e fiéis (CÂMARA CASCUDO, 1965, p. 135).

É neste sentido que podemos afirmar o lugar dos ex-votos como mídias, veículos que transmitem e preservam memórias coletivas.

### **Ex-votos: transmissão e preservação da memória social**

Ex-votos são uma expressão simbólica. A interpretação de um símbolo, seja ela na esfera religiosa ou não, é muito mais que a abstração ou conceito, também não deveria ser estudada como estímulo e resposta, ou derivada de uma leitura imediata como realidade concreta. Na interpretação de um símbolo, sobretudo religioso, o ser humano ontologicamente se curva nesta interpretação, com sua sensibilidade, imaginação, memória, vontade e intuição. Por essa razão, alguns símbolos nos remetem imediatamente a uma experiência religiosa, mesmo que o símbolo, em si, não esteja apontando para algo religioso.

A forma circular, por exemplo, coloca algumas pessoas (inconscientemente) em sintonia com algo ancestral, remetendo a algo transcendente. A carga genética que carregamos em nosso histórico humano desperta em nós sentimentos e interpretações diante de determinados objetos e símbolos. Estamos falando que existe uma memória genética, e é nesta memória que os símbolos adquirem sentido e nos aproximam de nós mesmos e dos outros.

Edgar Morin chama essa memória “ancestral” de polifonia cognitiva:

O cérebro dispõe de uma memória hereditária bem como de princípios inatos organizadores de conhecimento. Mas desde as primeiras experiências no mundo, o espírito/cérebro adquire uma memória pessoal e integra em si princípios socioculturais de organização e conhecimento. Desde o seu nascimento, o ser humano conhece não só por si, para si, em função de si, mas, também, pela sua família, pela sua tribo, pela sua cultura, pela sua sociedade, para elas em função delas. Assim, o conhecimento de um indivíduo alimenta-se

de memória biológica e de memória cultural, associadas em sua própria memória, que obedece a várias entidades de referência, diversamente presentes nela (MORIN, 2005, p. 21).

Essa memória afetiva/hereditária está impregnada nos seres humanos. Os símbolos não são simplesmente uma criação humana - em um determinado período - de nossa evolução histórica. São muito mais que isso, são formas de comunicar e interpretar os principais dilemas da vida. “As ações simbólicas mais típicas de cada religião estão geralmente ligadas aos momentos-chaves da vida do homem, com referência constitutiva em face dos maiores problemas da existência humana” (SARTORI; TRIACCA, 1992, p. 1.143).

Em seus estudos sobre a relação entre religiões e memória, Jan Assmann (2006) introduz o conceito de memória cultural, cunhado pelo historiador Aby Warburg, que se soma às noções de memória individual e social. A memória cultural é uma forma de memória coletiva arraigada em símbolos, representados em mitos orais, em escritos, performados em festas, que estão continuamente iluminando o presente em constante mudança. A memória cultural tem consigo a memória de coisas que representam um coletivo: pratos, festas, ritos, imagens, histórias e outros textos, cenários, e outros lugares de memória. É uma memória que tende a unir um grupo, torná-lo “um”, por meio de coisas que significam lembranças como monumentos, bibliotecas, arquivos, e outras instituições de memória.

**Figura 4 – Ex-voto no Santuário de Bom Jesus da Lapa (BA)**



**Fonte:** Ateliart São Francisco (<http://ateliartsaofrancisco.blogspot.com.br>)

Para Assmann, a memória cultural religiosa é episódica, construída a partir de experiências, e é semântica, construída a partir da aprendizagem. Por isso, o estudioso afirma que as religiões são experiências humanas privilegiadas, pois conseguem reunir e dar seu próprio tom a esses dois tipos de memória. Elas carregam um vasto campo de experiências e de formas de memorização, com a ênfase no que não deve ser esquecido para sustentar a fé.

Por isso, as religiões desenvolvem uma memória comunicativa e conectiva: é um processo de tornar comuns experiências e conteúdos por meio de vínculos comunitários. Assmann indica que os ritos religiosos são uma mídia original da memória de pertença, que gira em torno do vínculo e da comunidade.

Ao tomarmos por base as noções de Morin e Assmann aqui recuperadas, é possível afirmar que a relação entre religiões, memória e comunicação passa pela mediação e pela transmissão de experiências e conhecimentos por meio de distintos processos comunicacionais, interpessoais e midiáticos, como: a tradição oral, os textos sagrados (escrituras), os lugares, os ritos, as festas, as imagens, os símbolos. Aqui localizamos os ex-votos.

Tratar os ex-votos como mídias é afirmar que estas manifestações de gratidão materializadas em objetos e relatos orais contêm uma narrativa que comunica algo. Esta comunicação não se restringe à relação entre o devoto agraciado com a divindade que opera milagres, nem tampouco à relação entre o agraciado e os seus, mas estes objetos e relatos acabam se tornando uma memória viva e documental de uma época e de uma localidade determinadas. É possível com eles traçar uma radiografia cultural, antropológica e sociológica de determinado espaço geográfico e histórico.

A afirmação de Marcelo Pires de Oliveira, reproduzida a seguir, sintetiza bem a noção defendida neste estudo

Em seu artigo seminal, Luiz Beltrão, indicou que para os pagadores de promessa o ex-voto não representava apenas um objeto devocional, mas trazia embarcado um meio de comunicação poderoso e que podia ser interpretado por aqueles que o visualizavam e que contavam histórias de superação e enfrentamento das adversidades. Hoje, muitos pesquisadores se debruçam sobre tais objetos e conseguem extrair deles diferentes propriedades, seja na arte, memória, fé, mas ainda assim seu maior componente está na esfera da comunicação. Cada ex-voto, seja pictórico, escultural ou escrito, como bilhetes e cartas [...], traz em si uma história que relata agruras de grupos sociais (OLIVEIRA, 2017, p. 9-10).

Nesta afirmação com a qual este estudo se identifica, Marcelo Oliveira conclui que estes grupos, que se expressam por ex-votos, são frequentemente formados por pessoas excluídas do sistema econômico e político, inferiorizadas socialmente. Estas expressões criativas são foras de sobreviverem e de se contraporem a Estados que não cumprem seu papel no oferecimento de saúde, educação e segurança, uma vez que dependem do suporte da vida em comunidade e de sua fé que se manifesta nos ex-votos.

### **Um exercício de aplicação: a tipologia dos ex-votos e sua relação com a memória social**

Em tese de doutorado, Luis Erlin revisitou as tipologias de ex-votos construídas por Beltrão (1980), José Marques de Melo (2008) e Jorge González (1986), amplamente utilizadas nos estudos de Folkcomunicação, e propôs sua ampliação. A revisita e a consequente ampliação das tipologias foram resultado de observação e inventariação de objetos e relatos em espaços físicos e digitais de exposição de ex-votos, por meio da avaliação de as práticas se ressignificam e se transformam, se ajustando ao tempo – daí as expressões digitais que circulam em abundância através da internet.

**Figura 5 – Ficha para relato de graça alcançada pela internet**



O formulário, intitulado "ENVIE SEU MILAGRE", contém os seguintes campos de entrada:

- TÍTULO DO MILAGRE
- DATA DO MILAGRE
- LOCAL DO MILAGRE
- FOTO (com ícone de lupa para busca)
- SEU MILAGRE (área de texto grande)
- Botão "ENVIAR" no canto inferior direito.

**Fonte:** Website da Igreja Mundial do Poder de Deus (Reprodução)



Em um exercício de aplicação neste estudo, listamos a seguir a tipologia proposta, composta por dez tipos, apresentando em cada um a indicação de como os ex-votos se configuram mídias veiculadoras de memória social.

#### **a) Ex-votos figurativos**

São os objetos que expressam, de forma figurativa e simbólica, a graça que o fiel recebeu. Os formatos podem ser os mais variados possíveis e confeccionados de diversos materiais (madeira, cera, papel, isopor, plástico, resina, pedra, dentre outros).

Dentre as peças é possível encontrar: partes anatômicas do corpo humano, como cabeça, braços, mãos, pés, dedos, pernas, orelhas, olhos, boca, nariz, órgãos genitais masculinos e femininos, seios; órgãos internos, como rins, coração, fígado, intestinos, garganta, língua, útero, pulmões, próstata, bexiga, baço, dentre outros. Figuras humanas, na sua totalidade, indicando muitas vezes a parte do corpo que foi agraciada com o milagre. Fotos de partes do corpo, pontuando o local da graça alcançada.

Miniaturas de casas, barcos, carros, bicicletas, motocicletas. Figuras de animais, desde domésticos, até selvagens. Latas ou sacos com vegetais ou grãos agradecendo a colheita. Dentre outros formatos.

Estes ex-votos veiculam a memória das doenças sofridas em uma época e uma localidade bem como formas de moradias, de veículos de transporte, da relação que a comunidade desenvolve com a terra, seus animais e plantas.

#### **b) Ex-votos representativos**

Peças que representam metonimicamente um aspecto, elemento ou componente da totalidade do milagre (sendo uma figura de linguagem, no formato objeto, que é empregado ou usado com sentido, mesmo que fora do seu contexto). Neste tipo, os formatos são os mais variados como, por exemplo: martelos, tesouras, tornos mecânicos, jalecos de professores ou de profissionais da saúde, crachás de empresas, cópias ou reproduções de carteiras de trabalho, representando “sucesso e uma colocação no mercado de trabalho”.

Diplomas e títulos emoldurados, cópias de monografias, dissertações de mestrado, teses de doutorado, fotos de formatura, álbuns de formatura, vestidos e ternos de formatura, representando “êxito escolar”. Quepes, dragonas, distintivos, fardas, representando

“promoção militar”. Vestidos de noiva, buquês de noiva, grinaldas, cestinhas de alianças, fraques, gravatas, representando “sucesso ao conseguirem se casar”.

CDs, capas de disco, instrumentos musicais (como violão, acordeão, flauta, guitarra), faixas de miss, livros publicados, vestidos usados em premiações, representando “sucesso artístico”. Camisetas de times de futebol, bolas de diversos esportes, troféus, medalhas, representado “sucesso esportivo”. Garrafas de bebidas alcoólicas, latas de bebidas alcoólicas, representando a “libertação do vício”.

Maços de cigarro, cachimbos, cachimbos artesanais para o uso de drogas, charutos, cigarrinhos parecidos com os de maconha, narguilés, cigarros eletrônicos, representando a “libertação do vício”.

Muletas, tipóias, cadeiras de roda, carcaças de gesso, aparelhos ortopédicos, óculos, prótese dentária, radiografias, exames médicos, vidrinhos com cálculos renais ou vesiculares. Fotos destacando a parte do corpo enferma, representando “saúde recuperada”. Capacetes, peças de moto, carro e bicicleta, representando “livramento na hora do acidente”.

Vidros contendo vômitos, representando dois tipos de libertação – “libertação da saúde”, em que o vômito é a doença expelida, como câncer ou tumores, “libertação espiritual”, em que o vômito é a presença do maligno (ou do espírito demoníaco) expelida. Umbigos de recém-nascidos, representando a “sorte no nascimento”.

Peças de roupas e sapatos (de uso diário, ou de eventos especiais - como batizados, primeira comunhão, crisma -, ou de algum dia especial na vida do devoto) de pessoas que receberam o milagre. Fotografias de rosto da pessoa agraciada, de famílias reunidas, grupos de amigos, de animais, propriedades, localidades e dentre outras

Nesse tipo, há variadas formas de veiculação da memória de uma época e de uma localidade em relação ao mercado de trabalho e a formação profissional predominante, a constituição das famílias e costumes familiares, vícios, enfermidades e outros males experimentados.

### **c) Ex-votos discursivos**

Objetos que descrevem o milagre por meio da escrita, exemplos: cartas, bilhetes, cartazes, gravuras, placas (de mármore, granito, plástico, metal), banners, panfletos e

santinhos de papel feitos sob demanda, faixas. Escritas (com canetas, carvão ou com pedras) em paredes de templos, grutas e túmulos de cemitério. Dentre outros formatos.

Neste tipo de ex-voto temos as histórias de vida explicitadas. Nelas também se identificam elementos acima indicados que caracterizam práticas e costumes de uma localidade e uma época.

#### **d) Ex-votos orais**

São os testemunhos orais que podem ou não ser acompanhados de alguma materialidade. Geralmente, são proferidos em assembleias públicas de culto, por incentivo do presidente da celebração, ou são espontâneos.

Muitas vezes, o ex-voto da oralidade não passa pela instituição religiosa, acontece em eventos promovidos pelos próprios agraciados, como orações do terço, novenas, louvores, grupos de oração. Podem ser incluídos aqui os testemunhos dados em programas de rádio e em programas televisivos via telefone. Dentre outros formatos.

Aqui também estão as histórias de vida. Nelas igualmente se identificam elementos acima indicados que caracterizam uma localidade e uma época.

#### **e) Ex-votos midiáticos e digitais**

São os anúncios veiculados em jornais, revistas, sites e portais de internet, blogs, redes sociais (Facebook, Instagram, WhatsApp) e outros meios de comunicação. Geralmente, difundidos fora dos santuários e ali expostos como demonstração do milagre recebido. Os veículos tanto podem ser oficiais das instituições religiosas, ou criados por devotos sem vínculos institucionais.

Esse é mais um tipo de ex-votos que proporciona a transmissão e a preservação de histórias de vida que trazem elementos próprios da memória de uma época e uma localidade.

#### **f) Ex-votos pictóricos**

Quadro em madeira ou em outro tipo de material, ilustrando o milagre através de imagens desenhadas e pintadas, contendo, geralmente, a representação da cena no exato momento do milagre. Muitos trazem a estampa do santo (ou santa) que favoreceu o milagre no alto da cena, como que interagindo efetivamente na realização da graça.

A maioria dos ex-votos pictóricos traz também a descrição discursiva de como o milagre foi realizado, identificando o nome do agraciado e a data do ocorrido.

Esse é um tipo de ex-votos que se soma aos três anteriores e que proporciona a transmissão e a preservação de histórias de vida que expressam elementos próprios da memória de uma época e uma localidade.

#### **g) Ex-votos arquitetônicos**

São os ex-votos que têm como forma de pagamento da promessa a construção arquitetônica ou a interferência em um imóvel destacando a devoção particular ou familiar. Muitos templos, capelas, ermidas, grutas, cruzeiros e até mesmo túmulos são erguidos no cumprimento de um voto.

Nos altares dessas edificações são entronizadas, em local de destaque, as imagens do santo ou da entidade que realizou o milagre. Alguns devotos mandam afixar na parede externa de suas residências, lojas e empresas a estampa ou a imagem do santo protetor (geralmente feitos em azulejos, ou em pequenos nichos no alto do imóvel).

Outro exemplo comum são vitrais em igrejas. O devoto depois de alcançar a graça doa um vitral para uma igreja que está sendo construída, e na base do vitral se coloca a inscrição: “por uma graça alcançada”.

Esse é um tipo de ex-votos que veicula a memória arquitetônica de uma localidade. As narrativas reforçam a expressão das histórias de vida atreladas àquelas construções.

#### **h) Ex-votos de agrado**

São os intentos do devoto de agradar a divindade que realizou o milagre. Há certa compreensão, com base no imaginário popular, ou revelado pela entidade, das coisas que lhe agrada. Por essa razão, os fiéis oferecem presentes como: flores; velas; incensos; joias (coroas, tiaras, braceletes, brincos, pulseiras, colares de ouro e pedras preciosas); bijuterias (imitação de joias das mais variadas possíveis). Adereços e materiais para a beleza (cremes cosméticos, material para maquiagem facial, espelhos, pentes).

Charutos (também cachimbos e cigarros variados, fumo de corda). Roupas e acessórios como mantos, véus, túnicas (confeccionados para vestirem a imagens dos santos, respeitando inclusive a cor que a entidade mais gosta). Estandartes em homenagem à divindade. Se a

graça alcançada foi por intermédio de algum “anjinho” (crianças enterradas em cemitérios consideradas santas) é comum vermos brinquedos e chupetas.

Outra tradição, como ex-voto agradável, é a promessa de mandar rezar missa de ação de graças para determinados santos (tanto os canonizados oficialmente quanto os santos populares). Temos também como pagamento de promessa batizar os filhos com os nomes dos santos de devoção, nesta mesma linha colocar o nome do estabelecimento comercial em homenagem a eles.

Festas religiosas que surgiram de devotos que fizeram suas promessas, dentre outros formatos.

Esse tipo de ex-votos transmite e preserva a memória dos costumes de uma localidade e de uma época no tocante a adereços, vestes, prazer do corpo, nomes dos santos de maior incidência que indicam o que foi alcançado pelas pessoas que a eles dedicaram seus filhos.

As festas destacam-se aqui como veículos de transmissão e preservação da memória cultural religiosa de um coletivo por meio das danças, das músicas entoadas, das orações e dos divertimentos atrelados à prática devocional. Estas práticas são repetidas com atualizações por gerações. É a memória comunicativa e conectiva a que se refere Assmann (2006): o processo de tornar comuns experiências e conteúdos por meio de vínculos comunitários.

### **i) Ex-votos corpóreos**

São os pagamentos de promessa em que o corpo do devoto é utilizado como meio de pagar a promessa. São vários os exemplos: deixar o cabelo crescer por um determinado tempo e depois de cortar, oferecê-lo à divindade; caminhar de joelhos pela nave central de uma igreja, ou em um trajeto que faça sentido ao devoto. Fazer peregrinações a pé até o santuário ou igreja do santo de devoção. Fazer jejuns ou privação de algum alimento específico que o devoto goste. Mortificações como o uso do cilício.

Alguns devotos precisam sentir que o corpo padece no momento de pagar a promessa, por essa razão muitos buscam o sacrifício físico ao extremo, como caminhar entre pedras e brasas, carregar por longas distâncias imagens e cruzeiros; rezar de joelhos durante muito tempo, ou de braços abertos.

Outros ainda utilizam do próprio corpo para homenagear suas divindades, como vestir-se conforme a imagem da entidade ou do santo (a roupa, geralmente, depois é deixada no templo aos pés da entidade ou do santo).

A prática de fazer tatuagens (religiosas) pelo corpo como expressão de agradecimento, as tatuagens podem ser variadas em suas formas e tamanhos. Uso de objetos religiosos que remetam à devoção (terços, medalhas, crucifixos), dentre outros formatos.

O corpo como mídia é aqui ressaltado nesse tipo de ex-voto que constrói a memória episódica (ASSMANN, 2006) de uma localidade e de uma época por meio da experiência: o que não deve ser esquecido para sustentar a fé.

#### **j) Ex-votos alimentícios**

Oferecer à divindade, que realizou o milagre, alimentos e bebidas, subentendido pelo imaginário popular, ou revelado pela entidade, que tais oferendas irão satisfazer e deixá-la feliz.

Se tivermos em conta as religiões de matriz africana, a lista de alimentos e bebidas pode ser extensa, pois cada orixá ou entidade têm apreço por determinados alimentos e bebidas. Como exemplo de comidas salgadas, citamos: acarajé; canjica; pipoca; espigas de milho cozidas ou cruas; carnes variadas de diversos animais (cruas, fritas, assadas ou cozidas); sarapatel; pimentas; pirão de inhame; camarões; quiabo; peixes de água doce; peixes de água salgada; abará; farofa; feijoada; charque.

Doces: como quindim, doce de coco, doce de abóbora, doce de cidra; arroz-doce; doces com canela; mungunzá; bolos de diversos tipos e sabores.

Frutas como maçã, abacaxi, morango, melão, maracujá, pinha. E a lista segue com dezenas de comidas.

Entre as bebidas, podemos citar: licores, aguardente (cachaça / pinga); vinhos doces (licorosos) e secos (tintos ou brancos); cervejas claras e escuras; conhaque; whisky; espumante (champanhe); sucos; água de coco; água natural, servida em copos ou em garrafas.

Para os santos populares que estão nos cemitérios são oferecidos vários tipos de alimentos e bebidas, se forem crianças predominam os doces, balas, pirulitos, chocolates, pão molhado na água, caso o “anjinho” não consiga mastigar, iogurte, leite, refrigerante. Quando

o santo popular morreu de alguma tragédia, geralmente se oferece água na tentativa de aliviar o seu sofrimento.

Nas religiões asiáticas (destacamos o budismo e o hinduísmo), a maioria das oferendas aos deuses e aos ancestrais também é alimentá-los, sobretudo de frutas.

A memória cultural religiosa é mediada neste tipo de ex-votos pela transmissão do conhecimento culinário e na relação com a terra, com a agricultura e as fases das colheitas.

## **A título de conclusão**

Este estudo reafirma a dimensão dinâmica da memória social, fenômeno em permanente construção. No tocante às religiões, o processamento de experiências que se somam às aprendizagens de conteúdos potencializa esta dinamicidade da memória. Levar em conta os processos de comunicação que envolvem a construção e a transmissão da memória das religiões e sua dimensão social e cultural é imprescindível para os estudos que abrangem a interface história-memória-religiões.

Nesse aspecto, os ex-votos, já estudados na Folkcomunicação como mídias de comunicação popular, se revestem de relevância para as pesquisas na interface comunicação-mídias-memória., pois constituem-se, como foi demonstrado ao longo deste estudo, em veículos de transmissão e preservação da memória de uma época e de uma localidade.

Como viviam e vivem as famílias, como as pessoas trabalhavam e trabalham para o seu sustento, que tipo de doenças o coletivo sofria e sofre, qual era e é a relação com a terra, com os animais e as plantas, que vínculos comunitários eram e são estabelecidos, que experiências não devem ser esquecidas a ponto de serem marcadas no próprio corpo, quais são as histórias de vida narradas, o que é demarcado como valor nestas narrativas, quais eram e são os costumes do coletivo em termos de adereços, vestimentas, entretenimento – estas e outras tantas marcas de uma localidade e uma época estão registradas nos elementos materiais e discursivos que os ex-votos representam.

Esses registros de memória dizem respeito à forma como em determinados tempo e lugar um grupo social lida com a fé, se relaciona com uma ou mais divindades, mas também diz respeito à cultura, ao modo de ser e às visões de mundo que dão sentido à vida deste grupo. Uma fonte significativa e instigante para a pesquisa em memória nas mídias.

## Referências

ASSMANN, Jan. **Religion and cultural memory**. Ten studies. Stanford: Stanford University Press, 2006.

BELTRÃO, Luiz. O ex-voto como veículo jornalístico. **Comunicação & Problemas**. Recife: INCINFORM/Universidade Católica de Pernambuco, v.1, n.2, p. 9-15, 1965.

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

CÂMARA CASCUDO, Luiz da. Carta sobre o ex-voto. **Comunicação & Problemas**. Recife: INCINFORM/Universidade Católica de Pernambuco, v.1, n.2, p. 133-135, 1965.

CASTORIADIS, Cornelius. **A instituição imaginária da sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2010.

FENTRESS, J., WICKHAM, C. **Memória Social**. Lisboa: Teorema, 1992.

GOMES GORDO, Luís Erlin. **Ex-Voto** – a saga da comunicação perseguida. São Paulo: Ave-Maria, 2015.

GOMES GORDO, Luis Erlin. **Comunicação (i)material com as divindades** – tipos e formas de ex-votos na religiosidade popular. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Escola de Comunicação, Educação e Humanidades, Universidade Metodista de São Paulo, 2018..

GONZÁLEZ, Jorge A. Exvotos y retablitos Religión popular y comunicación social en México. **Estudios sobre las Culturas Contemporáneas**, vol. I, n. 1, 1986, p. 7-51. México: Universidade de Colima, 1986, p. 7-51. Disponível em: <<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31610102>>. Acesso em: 14 set. 2017.

HALBWACHS, Maurice. **Memória Coletiva**. São Paulo: Vértice/Editora Revista dos Tribunais, 1990.

MARQUES DE MELO, José. **Mídia e cultura popular**. São Paulo: Paulus, 2008.

MORIN, Edgar. **O método 4** – as ideias – habitat, vida, costumes, organização. Porto Alegre: Sulina, 2005.

OLIVEIRA, Marcelo Pires de. Prólogo. In: OLIVEIRA, José Cláudio Alves de. (Org.). **Ex-votos das Américas** – comunicação e memória social. Curitiba: Editora CRV, 2017.

SARTORE, D., TRIACCA, A. M. **Dicionário de Liturgia**. São Paulo: Paulinas, 1992

WEBER, Max. “A objetividade do conhecimento nas ciências sociais”. In: COHN, G. (Org.). FERNANDES, F. (Coord.). **Weber** – Sociologia. Coleção Grandes Cientistas Sociais, 13. São Paulo: Ática, 1999, p. 79-127.



## **Empreendedorismo cultural e festa: uma Etnografia da Festa de São João do Porto em Portugal**

*Israel Campos<sup>1</sup>*

**Submetido em: 23/06/2020**

**Aceito em: 16/10/2020**

### RESUMO

As festas são espaços históricos e com relevância quando abordamos o estudo do empreendedorismo cultural. Uma festa centenária, que influenciou a cultura brasileira e é uma das mais importantes na Europa nos dias atuais, revela estratégias e inovações pertinentes para a pesquisa e a discussão no campo do empreendedorismo cultural. Este trabalho, portanto, tem como objetivo compreender a relevância e estratégias do empreendedorismo cultural na festa do São do Porto. Para tal, serão discutidas no âmbito teórico e prático, as ideias de empreendedorismo cultural, identidade cultural e juventude, no contexto de uma festa. Como resultado, são apresentados, através da metodologia etnográfica, com a estratégia do estudo de caso, e com apoio das técnicas fotográficas e fílmicas, os elementos teóricos e práticos que constituem a longevidade e potencial de crescimento da festa do São João do Porto em Portugal.

### PALAVRAS-CHAVE

Empreendedorismo Cultural; Festa; Identidade Cultural; Juventude.

## **Cultural entrepreneurship and party: an Ethnography of the Feast of São João do Porto in Portugal**

### ABSTRACT

Parties are historical spaces and are relevant when we approach the study of cultural entrepreneurship. A centenary party, which influenced brazilian culture and is one of the most important in Europe today, reveals strategies and relevant innovations for research and discussion in the field of cultural entrepreneurship. This work, therefore, aims to understand

---

<sup>1</sup> Doutorando em Educação - Universidade Federal da Bahia. Mestre no Programa Interdisciplinar e Profissional de Desenvolvimento e Gestão Social-Universidade Federal da Bahia. Especialista em Gestão e Estratégias em Indústrias e Culturas Criativas - Universidade de Lisboa. Correio eletrônico: isracamposedh@gmail.com

the relevance and strategies of cultural entrepreneurship in the São do Porto festival. To this end, the ideas of cultural entrepreneurship, cultural identity and youth will be discussed in the theoretical and practical scope, in the context of a party. As a result, the theoretical and practical elements that constitute the longevity and growth potential of the São João do Porto festival in Portugal are presented, through the ethnographic methodology with the case study strategy, and with the support of photographic and filmic techniques.

#### KEY-WORDS

Cultural Entrepreneurship; Sociability; Party; Cultural Identity; Youth.

## **Emprendimiento cultural y fiesta: una etnografía de la fiesta de São João do Porto en Portugal**

#### RESUMEN

Las fiestas son espacios históricos y son relevantes cuando nos acercamos al estudio del emprendimiento cultural. Una fiesta centenaria, que influyó en la cultura brasileña y es una de las más importantes de Europa en la actualidad, revela estrategias e innovaciones relevantes para la investigación y discusión en el campo del emprendimiento cultural. Este trabajo, por tanto, tiene como objetivo comprender la relevancia y las estrategias del emprendimiento cultural en el festival de São do Porto. Para ello, las ideas de emprendimiento cultural, identidad cultural y juventud serán discutidas en el ámbito teórico y práctico, en el contexto de una fiesta. Como resultado, se presentan los elementos teóricos y prácticos que constituyen la longevidad y potencial de crecimiento del festival São João do Porto en Portugal, a través de la metodología etnográfica con la estrategia de estudio de caso, y con el apoyo de técnicas fotográficas y fílmicas.

#### PALABRAS-CLAVE

Emprendimiento cultural; Fiesta; Identidad Cultural; Juventud.

### **O São João do Porto: introdução e contextualização**

Em 2014 e em 2017, a cidade do Porto em Portugal foi eleita a cidade como o melhor destino europeu<sup>2</sup>, além de ter sido considerada patrimônio da humanidade pela UNESCO (GASTAL, 2013). Parte considerável de tais feitos, é o crescimento não só de Porto, como de Portugal, em especial nas áreas do turismo e da economia criativa, tendo o

---

<sup>2</sup> <http://www.jn.pt/tendencias/locais/interior/cidade-do-porto-eleita-como-o-melhor-destino-europeu-2014-3684348.html>

empreendedorismo cultural um papel importante nessa ascensão (AMARAL, 2010; CONFRARIA & ALEXANDRE & PINHO, 2010).

A origem da festa do São João na cidade de Porto em Portugal se inicia através da religião (SOUZA, 2004), contudo a história diz que aspectos profanos foram assimilados pelos festejos, como veremos com maior detalhamento nos capítulos subsequentes, tornando a festa do São João uma das maiores celebrações do país (GASTAL, 2013; RICARTE, 2014, 2016).

Nesse contexto de crescimento econômico, o trabalho em questão objetiva compreender a rede de empreendedorismo cultural na festa do São João do Porto, através da síntese dos principais pontos percebidos e relacionados na revisão bibliográfica e na etnografia. A etnografia, em específico, buscou identificar o empreendedorismo cultural e suas práticas como componentes que fazem da festa um sucesso. Sendo assim, a questão dessa pesquisa constitui-se da seguinte forma: como se configura o São João do Porto e quais as práticas e instrumentos do empreendedorismo cultural que fazem parte da festa? Esta pergunta norteadora da pesquisa pode ser desmembrada em algumas outras: quais as práticas empreendedoras na festa? Qual a relevância da identidade cultural para a festa? No decorrer do trabalho, relacionamos pontualmente, com fundamento na teoria e no trabalho empírico, o público do São João do Porto com o público do São João no Brasil.

Para somarmos à contextualização da questão norteadora desse trabalho é válido registrar um acontecimento: em um evento sobre a economia criativa portuguesa e sua internacionalização na cidade de Lisboa, um participante da plateia pergunta a um consultor da Comissão Europeia, presente na mesa de apresentação, sobre como Portugal tem lidado com a grande emigração de jovens portugueses (TIAGO, 2015), o que gestores públicos e privados tem realizado para reter esses jovens, muitas vezes qualificados, e como reter e atrair jovens profissionais e empresários qualificados para atuarem em Portugal. A resposta do consultor foi assertiva: “todos os profissionais da área da cultura não devem se ater ao público interno de Portugal, mas ao externo, pois o público interno não tem de forma geral poder para consumir”. Consoante a tal ideia, se percebe nos âmbitos públicos, privados e acadêmicos de Portugal que a internacionalização é uma estratégia cada vez mais forte para o crescimento da economia portuguesa, em especial nas áreas ligadas ao empreendedorismo cultural (AUGUSTO MATEUS, 2009, 2013, 2016).

Esse artigo, portanto, se justifica, pois não busca só alargar o conhecimento e práticas da festa do São João do Porto, mas também identificar e organizar os elementos empreendedores culturais que fazem essa festa ser um sucesso. A pesquisa também se justifica pela percepção, verificada no senso comum, de que muitas pessoas do Brasil desconhecem o São João do Porto. Poucos trabalhos brasileiros abordam o São João do Porto, sendo o folkmarketing e o turismo umas das poucas áreas na academia no Brasil que já produziu algo sobre a festa.

## Revisão Teórica

### Festa

A festa é o lócus principal desse trabalho e também encarada como expressão cultural. A cultura se apresenta como um conceito polissêmico, possível de ser pensado sob diversas perspectivas. Pode-se adotar o conceito “diferencial” de cultura (BAUMAN, 2012). Nessa perspectiva “diferencial”, “(...) o termo “cultura” é empregado para explicar as diferenças visíveis entre comunidades de pessoas (temporária, ecológica ou socialmente discriminadas).” (BAUMAN, 2012). Em outras palavras, “uma cultura” é (...) uma comunidade espiritual, uma comunidade de significados compartilhados” (BAUMAN, 2012). No São João do Porto, veremos que as características híbridas dos seus símbolos (BAUDRILLARD, 1991) e instrumentos, podem sim constituir uma comunidade.

A festa pode também ser caracteriza como promotora de práticas (BISPO, 2015; SANTOS, SILVEIRA, 2015) e de sociabilidade (HJORTH, 2013). A festa tem forte tradição no contexto português (FERREIRA ET AL, 2015, GASTAL, 2013), como no contexto brasileiro (AMARAL, 1998; DEL PRIORE, 1994; MORAES FILHO, 1979) e é através das práticas, oriundas e muito de produtos de empreendedores culturais, que desconfiamos estar o “ouro” dessa festa, em especial o público jovem e ávido pela festa.

A festa do São João do Porto pode ser definida como de período determinado (GUARINELLO, 2001), ou seja, começa formalmente em uma noite, varando a madrugada, repleta de símbolos culturais, que estimulam a sociabilidade e catalisam o empreendedorismo cultural no contexto da festa. Há a determinação formal de começo e fim, obedecidas pela

população, pois o calendário do São João faz parte dos festejos juninos, que incluem a festa de Santo Antônio e de São Pedro.

### **Empreendedorismo Cultural**

O empreendedorismo passou a existir quando a humanidade resolveu criar, contribuir e desenvolver ideias. Recortando historicamente e brevemente a atividade do empreendedorismo da Revolução Industrial até à contemporaneidade, se pode pensar que: “A visão do empreendedorismo mudou muito desde a Revolução Industrial. A consciência social substituiu o individualismo como virtude” (VRIES, 2010).

O empreendedorismo na idade moderna, pós-revolução industrial, portanto, é traduzido como possibilidade para crescimento, enriquecimento e emancipação individual. A dimensão era apenas a econômica. Por consequência, algum desenvolvimento sociocultural poderia ocorrer, contudo o foco desse empreendedorismo que podemos chamar de “clássico” não era esse.

Na contemporaneidade, vários são os recortes que o campo do empreendedorismo ganha, porém o recorte conceitual de empreendedorismo como um meio de emancipação que pode ser dialogado com o conceito de identidade cultural local. O empreendedorismo então, nesse artigo é definido como o esforço de criar novos ambientes econômicos, sociais, institucionais e culturais, através de diversos indivíduos ou de apenas um indivíduo.

A área do empreendedorismo cultural pode ser caracterizada como um campo que abarca e exige do empreendedor diversas qualificações artísticas e empresariais (ELLMEIER, 2003; LEADBEATER & OAKLEY, 1999) ou como um processo de mediação entre os recursos já existentes em empresas e a criação de novas riquezas (LOUNSBURY, 2011). Os empreendedores culturais nesse artigo, portanto, são um grupo que inclui em sua maioria jovens pessoas cujo objetivo é construir uma carreira artística.

O empreendedorismo cultural é percebido como um conceito com diversas abordagens (DAVEL & CORÁ, 2016). Nesse trabalho ele pode ser visualizado como uma atividade que não nega a dimensão econômica, mas possui a cultura como orientação e finalidade. Orientação, pois é a partir da cultura, especificamente da identidade cultural local, que empreender cultura faz sentido. É a singularidade de cada grupo e território que faz um empreendimento no âmbito da cultura ser uma referência e sustentável.

O empreendedorismo cultural como “(...) mobilizador de recursos criativos e econômico-financeiros, bem como articulador de redes sociais, visando a criação, organização, gestão e sustentação” (LIMEIRA, 2008), demonstra o quanto mais complexo é a rede de atuação do empreendedor da cultura, compatível com as frentes disponíveis de trabalhos no contexto da cultura.

Na perspectiva econômica, o mercado cultural, e aí se inclui principalmente o empreendedorismo cultural, acaba quebrando a separação entre economia e cultura, mostrando que a pós-modernidade coloca a cultura como protagonista na economia global, substituindo a era moderna da economia industrial para a era pós-moderna da economia da cultura (ELLMIEIR, 2003).

Tendo em vista essa afinção entre economia, necessidade dos empreendedores culturais em se inserirem, no sentido de competir, no mercado de trabalho e a identidade cultural como influência e destaque nos empreendimentos culturais, o empreendedorismo cultural pode ser pensado como um caminho de crescimento econômico e geração de trabalho e emprego.

### **Identidade Cultural**

A concepção de identidade, assim como a de cultura, pode e deve ser abordada através da interdisciplinaridade, como a psicologia, sociologia, antropologia e os campos interdisciplinares como os estudos culturais (HOLLAND, p. 4). Pode-se pensar, a priori, a identidade, sob o prisma sociológico, como algo continuamente em construção e reconstrução (CRAIB, 1998). Na mesma corrente de pensamento segue Hall (2011), ao relacionar a identidade nacional, a identidade local e a identidade global como identidades promotoras de uma nova identidade híbrida, ou seja, como uma identidade nova e em constante mudança, pensamento de contínuo processo de construção identitário.

A identidade pode ser considerada então, como um caminho que nomeia as densas interconexões entre o íntimo e os locais públicos de práticas (HOLLAND et al., 1998). As identidades praticadas são construtos, frutos de vários contextos de atividades como o mundo socialmente identificado, o mundo em que a atividade é o transmissor de mensagens e de localizadores de cada indivíduo no campo social (HOLLAND et al., 1998).

A importância da cultura na configuração da identidade local é notória, visto que os indivíduos e grupos sempre são (re)formados como pessoas ou grupos através da cultura em que estão inseridos (HOLLAND, 1998). Essa referência é que solidifica uma base para que um negócio não surja apenas por uma necessidade econômica, mas de expressão e produção da sua própria identidade.

Ao trabalhar com a concepção do “eu”, Holland (apud Miller 1998) explica que alguns grupos enfatizam mais o eu no âmbito das relações, ou seja a identidade estaria ligada à coletividade, enquanto outros grupos veriam mais o eu ligado a si, de uma maneira mais particular e individual. O hip hop, assim como a cultura do fado, redutos de diversos tipos de empreendimentos culturais, nos remetem a essa noção do “eu”, ou seja, a identidade, ligada a uma coletividade, a um território.

O território é a ponte entre o empreendedorismo cultural e a identidade cultural. Sem a conexão local, não há diferenciação no mercado, então um produto fica igual a qualquer outro. Pensando nas referências brasileiras, para além do São João do Nordeste, o tecnobrega do Pará jamais será substituído por um som do sudeste do país, ainda que haja músicos que possam criar ritmos similares ao ritmo oriundo do Pará, a referência é um território bem definido, idem para o axé na Bahia, o funk carioca do Rio de Janeiro, o frevo de Pernambuco, entre outros gêneros musicais.

No campo da cultura, o investimento em si, é uma característica necessária ao indivíduo que trabalha com o mercado da cultura (NEFF, 2005), não só pela sua estética, mas principalmente a sua identidade. Conscientização, diálogo com os pares e qualificação profissional são necessários para os empreendedores culturais.

### **São João e os jovens: a festa portuguesa e a festa brasileira**

A crise econômica e política atual no Brasil, o desejo de imigração para Portugal, o crescimento da economia criativa no país lusitano, a segurança de Portugal e o grande apelo juvenil que o São João do Porto quanto as festas de São João no Brasil possuem, foram sinais para analisar uma relação entre as festas no Porto e no Nordeste. Foi percebido um diálogo intercultural entre a festa do Porto com as festas juninas do Nordeste do Brasil, ou seja, um público que tem como estilo de vida (VEAL, 2001) a frequente participação das festas de São

João, com frequência anual. Portanto, o público jovem assíduo das festas de São João é uma das categorias relevantes a serem trabalhadas nesse artigo.

O Nordeste, no cenário brasileiro, a festa junina é a referência no país como local mais forte em termos de público e produções de festas de São João (CHIANCA, 2006; COIMBRA DE SÁ, 2007; FARIAS, 2001, 2005; LIMA, 2002; NÓBREGA, 2010; RANGEL, 2002; SANT'ANNA, 1989). Mas qual a relevância para o trabalho dos jovens e frequentadores assíduos da festa de São João, e não idosos, adultos de meia idade ou até mesmo famílias? O jovem, inserido na categoria social da juventude “tem uma importância crucial para o entendimento de diversas características das sociedades modernas, o funcionamento delas e suas transformações” (GROPPO, 2000, p. 12). Veremos também mais a frente o quanto o jovem faz parte da “alma” do São João do Porto.

Vale ressaltar, todavia, que é prudente que não tratemos os jovens como iguais, visto que

[...] a juventude começa por ser uma categoria socialmente manipulada e manipulável e, como refere Bourdieu, o facto de se falar dos jovens como uma <<unidade social>>, um grupo dotado de <<interesses comuns>> e de se referirem esses interesses a uma faixa de idade constitui, já de si, uma evidente manipulação (PAIS, 1996, p. 22).

Os jovens aqui são encarados como uma tribo (COVA & COVA, 2002), não como subculturas (BENNETT, 1999) mesmo homogêneas em termos de idade, pois estão unidos por uma paixão (as festas) e geralmente vão a essas festas e agem nesses espaços de forma coletiva. Buscamos então não só os jovens, mas todos e todas aqueles que se identifiquem com a identidade jovem aqui desenhada.

## **Desenho Metodológico (Etnografia, Observação participante, Fotografia, Audiovisual)**

A metodologia da pesquisa apresentada é a etnografia e procura se basear em textos, documentos e produções bibliográficas referentes as ideias de empreendedorismo cultural, identidade cultural local, festa e juventude, bem como em específico a festa de São João do Porto.



A etnografia desse trabalho foi realizada durante dois dias antes da festa e no período completo da festa, em total imersão. O pesquisador teve o primeiro contato com a festa, presencialmente, no decorrer dessa pesquisa, portanto seria muito pertinente outras etnografias acerca da festa, incluindo para ampliar o circuito etnografado, já que a festa ocorre em diferentes regiões da cidade de Porto e das cidades que fazem parte da “grande Porto”. É válido destacar que a posição do pesquisador, para além de pesquisador, é a de turista, visto a origem distinta de outra nacionalidade, as compatibilidades e diferenças do São João do Porto frente a outras festas juninas no Brasil, em especial no nordeste brasileiro.

### **Desenho Metodológico**

Ao todo, foram utilizadas cinco técnicas. A abordagem metodológica é etnográfica (VAN MAANEN, 1988; CAVEDON, 2014), através das técnicas fotográficas e audiovisuais (HEATH ET AL., 2010; HEATH & LUFF, 2006; KNOVLAUCH ET AL., 2006; MONDADA, 2006). Ao todo, foram utilizadas cinco técnicas nessa abordagem: análise de produções escritas, observação participante, registro fotográfico, registro audiovisual e análise fílmica.

### **Textos, documentos e produções bibliográficas**

A análise dessas produções é uma etapa importante a fim de ampliar o repertório teórico e prático das noções conceituais envolvidas no presente projeto. As produções analisadas foram delimitadas nos formatos de: livros e artigos de revistas universitárias e profissionais; documentos, informativos e sites organizacionais ou turísticos. O roteiro dos documentos relativos ao São João do Porto buscou as práticas e instrumentos que supostamente identifiquem a festa como evento único.

### **Observação Participante**

A técnica de observação participante foi empregada para a interação com os participantes e reconhecimento das práticas da festa do São João do Porto. A observação participante ocorreu das 21:00 da noite de São João até às 05:00 do dia seguinte e transcorreu de forma tranquila e direta, pois a observação participante ou direta se traduz como “[...] a

técnica privilegiada para investigar os saberes e as práticas na vida social e reconhecer as ações e as representações coletivas na vida humana” (ECKERT & ROCHA, 2008, P. 2). Como além de pesquisador, o autor também era participante da festa, o fato de haver de ampla participação de turistas de diversas nacionalidades, não houve nenhuma desconfiança ou estranheza aparente no exercício dessa técnica.

### **Fotografia**

A técnica de fotografia foi utilizada como registros conscientes ou inconscientes dos processos que ocorriam na festa. Conscientes, porque a câmera era apontada muitas vezes por cenas que identificavam manifestações do empreendedorismo da cultura, da identidade cultural e do público presente que marcavam aquele evento como único. Inconscientes, pois dado o processo de imersão na festa, muitas vezes a câmera era simplesmente disparada em busca do acaso que pudesse enriquecer e tornar o registro da festa o mais realista possível.

A primeira câmera utilizada possui a seguinte ficha técnica:

<b>Marca</b>	Sony
<b>Dimensões (WHD)</b>	4.3x2.4x1.4
<b>Megapixels, sensor de tamanho da imagem, tipo</b>	CMOS com iluminação traseira (BSI)
<b>LCD tamanho, resolução</b>	3-inch LCD, 921K
<b>Lentes (zoom, comprimento focal)</b>	16x, f3.3-5.9, 24-384mm (35mm equivalent)
<b>Formato do arquivo (video)</b>	JPEG/AVCHD (.MTS); MPEG-4 AVC H.264 (.MP4)
<b>Maior tamanho de resolução(video)</b>	4,608x3,456 pixels/1,920x1,080 at 60fps (progressivo; 28Mbps)
<b>Tipo de estabilização da imagem</b>	Óptico e Digital

A segunda câmera utilizada possui a seguinte ficha técnica:

<b>Câmera Traseira</b>	5 MP, com abertura f/2.2 Resolução máxima de 2592 x 1944 Pixels
<b>Resolução da Câmera</b>	5 MP
<b>Resolução da Câmera Frontal</b>	VGA
<b>Vídeo</b>	480p@30fps (3G) / 720p@30fps (4G)
<b>Resolução de Vídeo</b>	720p
<b>Funções da Câmera</b>	Autofoco, geo-marcação, panorama, HDR

### **Audiovisual**

A técnica do audiovisual foi utilizada para capturar não só as figuras, como os sons e os movimentos da festa. É a imagem que fala por si, não apenas um ilustrativo, mas uma comunicação de afetos e sensações que muitas vezes as palavras não alcançam. A ideia dessa técnica era registrar não só a imagem estática, mas o que decorre dessas figuras, na sociabilidade e singularidades que caracterizam os diferenciais empreendedores culturais da festa.

### **Análise Fílmica**

Foi realizada a análise do filme, tendo como unidades de análise os seguintes pontos:

- a) As práticas e instrumentos que constituem a festa do São João no Porto;
- b) A identidade cultural e sua relevância para a festa;
- c) A participação do público jovem na festa.

Fundamenta tal processo de análise as três das quatro propriedades da análise dos dados: objetividade, sistematicidade e dimensão qualitativa.

## **São João do Porto: a importância do empreendedorismo cultural**

O São João de Porto é uma festa consolidada e que é cada vez mais divulgada pelo governo português<sup>3</sup> e pelos próprios turistas<sup>4</sup>. A festa em questão é a principal referência como festa junina em Portugal, atraindo jovens, crianças, adultos de meia idade, idosos e famílias de modo geral por todo o país e estrangeiros. Se há alguns anos a festa era comemorada apenas no dia, hoje já há uma programação extensa que contempla o mês todo para a preparação do São João. Uma das razões para a festa ser tão importante é a marca de passagem para o verão e o fogo de algumas fogueiras e balões, bem como os próprios fogos de artifícios simbolizam esse ritual.<sup>5</sup> Não é ao acaso, que a noite do São João de Porto é reconhecida como a “noite mais longa do ano”

A partir do que foi estudado aqui, como a influência do que é conhecido como identidade cultural local (CAMPOS, 2016) no São João do Porto e as influências da identidade global é notada uma possível constituição de uma identidade híbrida (HALL, 2011) no público da festa, pois a gastronomia e a música da festa (mais detalhados a frente), por exemplos, não são majoritariamente locais ou globais. Essa suposta hibridização, que também ocorre no Brasil com outros elementos (MORIGI, 2012) se mostra natural, visto a grande quantidade diferentes de línguas que são faladas no decorrer da festa pelos seus participantes, bem como muitos conhecem músicas de distintas nacionalidades, como brasileiras, inglesas, estadunidenses ou países que falam espanhol.

A festa, como já vimos, engloba diversas áreas culturais e criativas. As do empreendedorismo cultural abrangidas no São João do Porto podem ser definidas pelo artesanato, pela música e pela gastronomia (Figuras 1, 2 e 3).

---

<sup>3</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=U35nnRE3x-g>

<sup>4</sup> <http://www.visitar-porto.com/en/whats-on/porto-events/festa-de-sao-joao.html>

<sup>5</sup> <http://www.portugalnummapa.com/noite-de-sao-joao/>

**Figuras 1, 2 e 3** – Elementos culturais e festivos do São João do Porto



**Fonte:** Registros do autor.

O empreendedorismo cultural, ação importante para a festa e presente em boa parte da cidade, pode ser caracterizado como muito importante para o evento, pois a cultura “grita” em cada espaço, do mais simples ao mais elaborado, seja com a presença dos martelinhos plásticos, do alho-poró, de um manjeriço, ou menção a algum outro artigo da festa. É a singularidade de cada grupo e que faz um empreendimento no âmbito da cultura constituir e atribuir singularidade a uma festa. Órgãos públicos e privados promovem esse tipo de empreendedorismo, inclusive com concursos culturais como os “melhores martelinhos”<sup>6</sup>.

Ao ser questionada sobre a relação dos empreendedores com os órgãos públicos, a empreendedora Constança, vendedora de manjeriço e martelinhos plásticos, diz ao pesquisador que é fácil conseguir o alvará para vender os materiais nas ruas, pois a câmara

<sup>6</sup> <https://jpn.up.pt/2016/06/08/ja-sao-conhecidos-os-vencedores-do-concurso-martelinhos-s-joao/>

municipal “acelera a documentação para promover a festa”, mas para vender cachorro, o conhecido cachorro quente no Brasil e o “hot dog” nos EUA, ela diz que envolve mais burocracia e demora, pois tem que ter mais seguros, devido ao uso do gás e a venda de alimentação.

A parceria do poder público se mostra nesse trecho muito importante para a grande quantidade de vendas dos artigos que ajudam a transformar o São João do Porto como uma experiência única. Ainda assim, segundo o participante Pedro, o São João é uma festa pelo povo do Porto e é histórica, ele diz que sem o povo a festa não aconteceria, demonstrando que a festa pode ser também considerada como exercício de cidadania e sociabilidade (AMARAL, 1998).

Porto é a cidade do momento, mas há o desafio maior do São João do Porto em se projetar mais mundo a fora e consolidar como uma festa no calendário não só nacional, como internacional. O jovem, público presente com um número expressivo de participantes, é muito ligado ao status, então o São João do Porto tem o desafio de se mostrar como uma festa não só tradicional, mas também cool.

Analisando os públicos jovens portugueses e brasileiros, se percebe uma notória oportunidade de unir ainda mais dois países, estimulando a cultura, o lazer, o turismo e as indústrias criativas como um todo. Quatro principais aspectos foram percebidos para essa percepção: segurança, diversão e interculturalidade. Segurança porque diferente do Brasil, Portugal vem sendo apontado como um país extremamente seguro, sendo o terceiro país mais seguro do mundo. O São João etnografado foi ainda pontuado como o mais seguro de todos os tempos. A segurança é um fator importante para o marketing da festa, em especial para jovens brasileiros que são frequentes vítimas da violência que ocorre no Brasil. A liberdade de ir e vir, a grande escala territorial da festa são elementos que fazem os jovens brasileiros e o público da festa, gostarem muito. A diversão é outro aspecto, pois os martelinhos, risos, jovens, música, bebida, comida, fogos de artifícios, sociabilidade, o alho poró, o ar de sedução que encanta boa parte dos jovens é um dos aspectos importantes para a atração deles para o São João, enfim, todos os fatores que promovem a sensação de experiência única que todo jovem brasileiro deve viver. A interculturalidade é mais um forte aspecto, já que há diálogo da presença da identidade local também em Portugal, através da

presença da música brasileira, gastronomia, da dança, da fogueira e dos fogos de artifícios, bem como os sons constantes de sotaque brasileiro e sotaque português.

Sobre os produtos dos empreendedores culturais que singularizam a festa, tanto o martelo plástico, quanto o alho poró são símbolos de sorte, conforme alguns estudos e o senso comum. Para além do misticismo e da cultura popular, os martelinhos e o alho poró se dão como caminho para a sociabilidade na festa. Pessoas, de diferentes origens, idades e desconhecidos acabam rindo, conversando, se estranhando, reagindo com uma martelada de plástico, não reagindo seriamente, não reagindo com uma suposta indiferença ou reagindo simpaticamente. O corpo, nessa interação também fala e muito. Alguns já sorriem para a pessoa que receberá a martelada, outros quando batem no outro já inclinam a cabeça para receberem a martelada, mas poucas interações vão além disso. Não houve, no entanto, das 22:30 às 05:00 da manhã nas ruas qualquer tipo de conflito. Apenas um caso ameaçou virar conflito, mas não virou: um homem jovem bateu na cabeça de uma outra mulher jovem e ela reclamou, com sotaque de Portugal, lhe disse “Doeu, isso dói, não bata com essa força”. Ele deu risada e ela virou as costas.

As marteladinhas tiveram um alto índice de receptividade quando as marteladas envolviam crianças e jovens. Muitos adultos inclinavam suas cabeças até a altura das crianças e elas ficavam muito alegres em dar a martelada e receber. Alguns buscavam conversar com as crianças, brincar, ou seja, interagir de alguma forma. Os martelos, que variam de tamanhos diversos, sendo a maioria de plásticos vendidas nas ruas, podem em poucos casos contar com martelos em tamanhos enormes sejam patrocinados por grandes marcas ou produzidos de forma caseira.

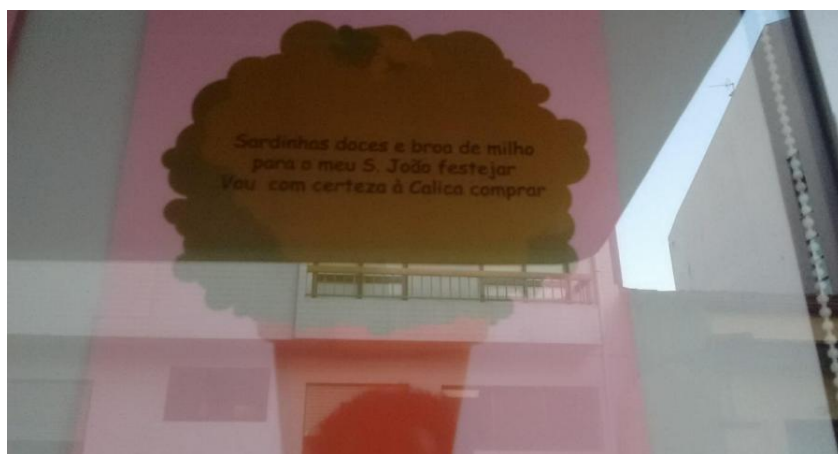
Outro caráter de sociabilidade dos martelinhos é a paquera, a sedução. Alguns utilizam dos martelinhos para iniciar uma aproximação, a partir de uma martelada e uma retribuição, é possível iniciar uma conversa, se aproximar um pouco mais para dançar nos locais que há música, enfim, é uma possibilidade para que seja iniciada uma sedução. Nesse sentido da sedução, mas explícito que o martelinho, é o alho poró (ainda tem as serdeiras, encontrada em apenas uma barraca e que não foi vista sendo utilizada por nenhuma pessoa da festa). O alho poró, possui uma forma fálica e uma extensão, que pode variar de grande para muito grande, e possui explicitamente a intenção de seduzir, iniciar uma provocação já de cunho mais sexual em muitos casos. Vale salientar que essa prática, durante toda a festa, variava nas

intenções, pois houve diversas pessoas que utilizavam o alho poró no sentido de brincas, interagir ou desejar “bom São João” ou boa sorte para a pessoa que tinham o alho esfregado no rosto. Vale salientar que o “bom São João” era uma frase recorrentes em muitas pessoas.

Quem está no Porto no período de eventos antes da noite do São João toma conhecimento da festa, querendo ou não, pois existe uma grande variedade de materiais promocionais, outdoors, busdoors, vendedores de itens da festa, decorações entre outros movimentos que destacam que uma grande festa está prestes a acontecer (Figuras 4 e 5). Além dos materiais físicos, a programação completa também está disponível na internet, demonstrando a grande escala temporal (25 de maio a 25 de junho) apresentada pela festa<sup>7</sup> (Figuras 6, 7, 8, 9, 10 e 11).

Mesmo com toda a programação extensa e muita divulgação, se notou pouco movimento nas ruas no período pré-São João. Fato este que pode ser explicado pela grande quantidade de pessoas que se deslocam para a cidade do Porto apenas no dia da festa do São João do Porto, o que demonstra que a festa possivelmente deve consolidar ou pensar outras estratégias para a atração de fato dos turistas para os acontecimentos pré-São João (Figura 12).

**Figura 4 e 5 – Decoração de lojas**



<sup>7</sup><http://www.portolazer.pt/assets/misc/img/noticias/S%C3%A3o%20Jo%C3%A3o/2017/programa-sao-joao-2017.pdf>





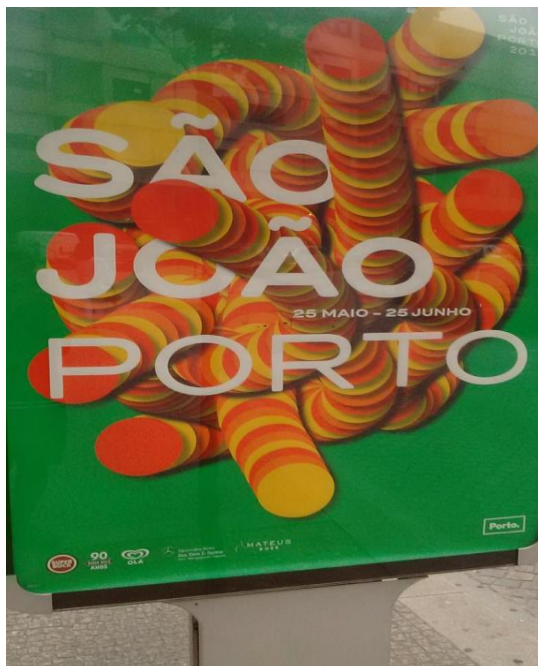
Fonte: Registro do autor

Figura 6 – Alho poró a venda



Fonte: Registro do autor

Figura 7 – Mídia Exterior do São João do Porto



Fonte: Registro do autor.

Figura 8 - Martelinhos de plásticos, alho-poró e manjeriço à venda



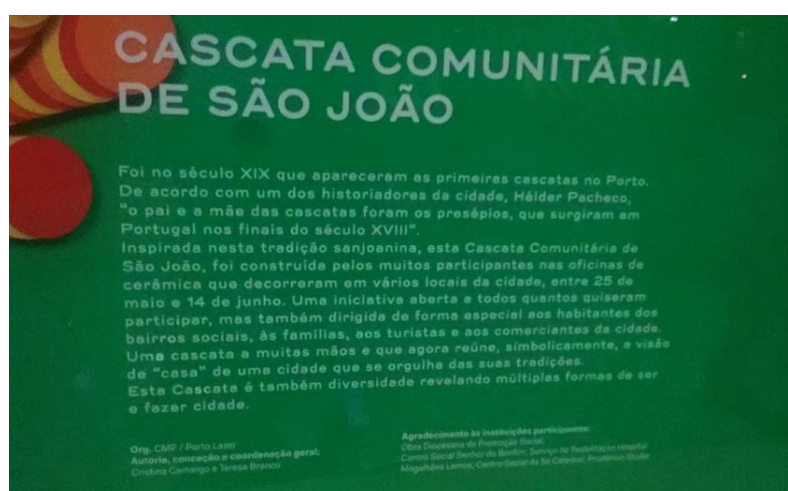
Fonte: Registro do Autor.

**Figura 9** - Casas decoradas para o São João



**Fonte:** Registro do Autor.

**Figura 10** - Informativo sobre a cascata comunitária de São João



**Fonte:** Registro do autor.

**Figura 11-** Posto de divulgação e informações sobre o São João do Porto.



**Fonte:** Registro do autor.

**Figura 12 -** Um dia antes da festa do São João.



**Fonte:** Registro do autor.

A culinária é um dos pontos altos das festas do São João no Brasil, não tendo tanto destaque assim em Portugal, a nível de gastronomia associada ao São João do Porto, com as sardinhas e o caldo verde (elementos presentes durante o ano em diversos do período junino, principalmente a sardinha). Os símbolos de sociabilidade são o forte do São João do Porto e boa parte dos jovens brasileiros amam tudo que diz respeito à sociabilidade, criando rápida identificação com a festa.

Assim como no Brasil, em Portugal há diversos códigos culturais que estabelecem a sociabilidade entre os participantes. Se a dança e a bebida podem ser representados como principais elementos da dada sociabilidade no Brasil, em Portugal há elementos de interação interessantes e bem mais universais, pois no caso brasileiro, enquanto a bebida e a dança são mais tímidas, o martelinho do São João do Porto assim como o alho-poró são globais. Não

precisa falar a mesma língua, pois esses instrumentos conectam mundos distintos. A dada “comunidade” a qual Baumman (2012) se refere.

## Considerações finais

Como resultado, o trabalho pondera que apresentou e discutiu o São João do Porto, através das singularidades que constituem a festa para configurá-la como um caso de sucesso. O empreendedorismo cultural é percebido como um setor chave para a ampliação e sucesso do evento, podendo ainda ser mais explorado por moradores e turistas, no que se refere à criatividade e negócios, em especial na consideração da internacionalização da festa e da conexão com jovens brasileiros e brasileiras, que são respectivos à festa pela prévio conhecimento do São João do Nordeste e pelo forte apelo de sociabilidade.

A contribuição teórica desse trabalho se deu no desenvolvimento dos conceitos aqui trabalhados, como festa, empreendedorismo cultural, identidade cultural e juventude, especialmente no que tange a festa e o empreendedorismo cultural, objetos de maior atenção desse artigo. Verifica-se que a sociabilidade é um ingrediente chave das pessoas que gostam da festa, sendo explorado pelo empreendedorismo cultural, através dos seus produtos como os martelos, o alho-poró e as escolhas da música internacional para aproximar os participantes.

Apresentamos as principais práticas e instrumentos do empreendedorismo cultural que fazem parte da festa do São João do Porto, sendo a identidade cultural de caráter global e com pontes diretas com o São João do nordeste brasileiro um elemento presente e interessante para a grande participação do público na festa. O estudo, no entanto, se limita ao não realizar entrevistas semi-estruturadas, mas apenas conversas informais, bem como necessitaria de mais tempo na cidade do Porto, para realizar as entrevistas a empreendedores culturais e todos os principais atores que compõem essa rede.

Embora esse estudo demonstre conexões das duas festas (de Portugal e do Brasil), se faz necessário, a nível de sugestão, para um próximo trabalho, uma comparação dessa etnografia com uma etnografia realizada do São João do Nordeste, aprofundando essa relação e discussão, com a perspectiva das práticas empreendedoras do campo da cultura em ambos os países.

## Referências

AGUSTO MATEUS & ASSOCIADOS. **O Setor Cultural e Criativo em Portugal**, Ministério da Cultura, Lisboa, 2009.

AGUSTO MATEUS & ASSOCIADOS. **A cultura e a criatividade na internacionalização da economia portuguesa**. Gabinete de Estratégia, Planeamento e Avaliação Culturais, Secretaria de Estado da Cultura, Lisboa, 2013.

AGUSTO MATEUS & ASSOCIADOS. **A economia criativa em Portugal – Relevância para a competitividade e internacionalização da economia portuguesa**. ADDICT creative industries Portugal, Relatório Final, Lisboa, 2016.

AMARAL, L. **Economia Portuguesa, As Últimas Décadas**. Lisboa, Fundação Francisco Manuel dos Santos, 2010.

AMARAL, R. **Festa à brasileira: significados do festejar, no país que 'não é sério'**. Departamento de Antropologia, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo. 1998.

BAUMAN, Z. **Ensaio sobre o conceito de cultura**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

BENNETT, A. Subcultures or neo-tribes? Rethinking the relationship between youth, style and musical taste. **Sociology**, v. 33 n. 3, 1999.

BISPO, M. Methodological Reflections on Practice-Based Research in Organization Studies. **Brazilian Administration Review**, v. 12, n. 3, p. 309-323, 2015.

CAMPOS, I. **O Sarau como Tecnologia Social do Empreendedorismo Cultural: a Força da Identidade Cultural Local**. Dissertação (Mestrado) – Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia. 2016. 178 f, 2016.

CAVEDON, N. Método etnográfico: da etnografia clássica às pesquisas contemporâneas. In: MOULIN DE SOUZA, E. (Ed.). **Metodologias e analíticas qualitativas em pesquisa organizacional**. Vitória: EDUFES, 2014.

CHIANCA, L. **A Festa no interior. São João, migração e nostalgia em Natal no século XX**, Rio Grande do Norte: EDUFRN, 2006.

COIMBRA DE SÁ, N. **Cultura e turismo na contemporaneidade: as festas populares religiosas baianas**. Dissertação de Mestrado do Programa de Desenvolvimento Regional e Urbano, 2007.

COVA, B; COVA, V. Tribal marketing: the tribalisation of society and its impact on the conduct of marketing. **European Journal of Marketing**, 36, 2002.

CRAIB, I. **Experiencing identity**. London: Sage Publications, 1998.

DAVEL, E; CORÁ, M. Empreendedorismo Cultural: construindo uma agenda integrada de pesquisa. **Políticas Culturais em Revista**, v. 9, p. 363-397, 2016.

DEL PRIORE, M. **Festas e utopias no Brasil Colonial**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

ECKERT, C; ROCHA, A. Etnografia: saberes e práticas. **Revista Iluminuras**, v. 9, n. 21, p. 11-43, 2008.

ELLMIEIER, A. Cultural entrepreneurialism: on the changing relationship between the arts, culture and employment. **The International Journal of Cultural Policy**, v. 9, n. 1, p. 3-16, 2003.

FARIAS, E. **Ócio e Negócio: Festa Populares e Entretenimento-Turismo no Brasil**, Ano de obtenção: 2001. Programa de Ciências Sociais. Universidade Estadual de Campinas, 2001.

FARIAS, E. Faces de uma festa espetáculo. **Sociedade e Cultura (Online)**, Goiania, v. 08, p. 07-28, 2005.

FERREIRA, C; MARQUES, T; GUERRA, P. **Feiras e mercados no Porto: velhos e novos formatos de atividade econômica e animação urbana**. GOT - **Revista de Geografia e Ordenamento do Território**. n. 8, p. 75-102, 2015.

GASTAL, S. Festa e identidade: o São João do Porto. **Antares: Letras e Humanidades**, v. 5, p. 178-196, 2013.

GUARINELLO, N. Festa, trabalho e cotidiano. In: JANCSÓ, I.; KANTOR, I. (Ed.). **Festa: cultura e sociabilidade na América Portuguesa**. São Paulo: EDUSP/FAPESB/Imprensa Oficial, v II, 2001.

GROPPO, L. **Juventude: Ensaio sobre Sociologia e História das Juventudes Modernas**. Rio de Janeiro: Difel, 2000.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomás Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. 11. ed., 1. reimp. – Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

HEATH, C; HINDMARSH, J; LUFF, P. **Video in qualitative research: analysing social interaction in everyday life**. Los Angeles: Sage Publications, 2010.

HEATH, C.; LUFF, P. Video analysis and organizational practice. In: KNOBLAUCH, H.;SCHNETTLER, B., et al (Ed.). **Video analysis: methodology and methods: qualitative audiovisual data analysis in sociology**. Frankfurt: Peterlang, 2006.

HOLLAND, D; LACHIOCOTTE, W; SKINNER, D; CAIN, C. **Identity and agency in cultural worlds**. Cambridge: Harvard University Press, 1998.

HJORTH, D. Public entrepreneurship: desiring social change, creating sociality. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 25, n. 1-2, p. 34-51, 2013.

KNOBLAUCH, H. et al. Eds. **Video analysis: methodology and methods: qualitative audiovisual data analysis in sociology**. Frankfurt: Peterlanged, 2006.

LEADBEATER, C.; OAKLEY, K. **The independents: Britain's new cultural entrepreneur**. London: Demos, 1999.

LIMA, E. **A fábrica dos sonhos: a invenção da festa junina no espaço urbano**. João Pessoa: Ideia, 2002.

LIMEIRA, T. Empreendedor cultural: perfil e capacitação profissional. In: Encontro de estudos multidisciplinares em cultura, 4., Salvador. **Anais...** Salvador, 28-30 de maio, 2008.

LOUNSBURY, M.; GLYNN, M. Cultural Entrepreneurship: Stories, Legitimacy, and the Acquisition of Resources. **Strategic Management Journal**, v. 22, n. 6/7, p. 545-564, 2001.

MONDADA, L. Video recording as the reflexive preservation and configuration of phenomenal features for analysis. In: KNOBLAUCH, H.;SCHNETTLER, B., et al (Ed.). **Video analysis: methodology and methods: qualitative audiovisual data analysis in sociology**. Frankfurt: Peterlang, 2006.

MORAES FILHO, M. **Festas e tradições populares no Brasil**. Belo Horizonte, São Paulo: Itatiaia, EDUSP, 1979.

MORIGI, V. Festa Junina: hibridismo cultural. **Cadernos de Estudos Sociais**. Recife: Massangana v.18,n.2, jul/dez, 2002.

PAIS, J. A transição dos jovens para a vida adulta. In: **Culturas juvenis**. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda, 1996.

RANGEL, L. H. V. **Festas juninas, festas de São João: origens, tradições e histórias**. São Paulo: Casa do Editor, 118 p, 2002.

RICARTE, É. São João da cidade do Porto e os processos folkcomunicacionais. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, v. 14, n.33, p. 66-86, 2016.

RICARTE, É; NOBRE, I. O Fotojornalismo dos Periódicos Correio da Manhã e Tribuna do Norte e as Marcas Culturais das Festas Populares do Mês de Junho. **Revista Lusófona de Estudos Culturais**, v. 2, p. 161-173, 2014.

SANT'ANNA, J. A presença de São João no folclore de Olímpia. **Anuário do Festival do Folclore**, Olímpia, v. 14, n. 17, p. 2-47, 1987.

SANTOS, L; SILVEIRA, R. Por uma epistemologia das práticas organizacionais: a contribuição de Theodore Schatzki. **Organizações & Sociedade**, v. 22, n. 72, p. 79-98, 2015.



**RIF, Ponta Grossa/ PR Volume 19, Número 42, p.241-265, Janeiro/Junho 2021**

SOUZA, J. O caráter religioso e profano das festas populares: Corumbá, passagem do século XIX para o XX. **Revista Brasileira de História**, V. 24, n. 48, p. 331-351, 2004.

TIAGO, L. **Jovens portugueses entre os que mais querem emigrar**. Disponível em: <http://www.dn.pt/dinheiro/interior/jovens-portugueses-entre-os-que-mais-querem-emigrar-4825014.html>, 2015.

VAN MAANEN, J. **Tales of the field: on writing ethnography**. Chicago: University of Chicago Press. 1988.

VEAL, A. **Leisure, Culture and Lifestyle**. *Loisir et Société*, 242, 2001.

## **Resistência civil, ativismo (folk)midiático e ciberativismo: o caso da sociedade boliviana**

*Karla Andrea Terán<sup>1</sup>  
Aline Wendpap<sup>2</sup>*

**Submetido em: 19/09/2020**

**Aceito em: 22/12/2020**

### RESUMO

É na teoria da folkcomunicação, proposta pelo autor Luiz Beltrão, na década de 1960, que este artigo sustenta seus aspectos teóricos e metodológicos, pois o ativismo folkmidiático cria mecanismos de leitura, identificação e ações em canais próprios, capazes de superar a pós-verdade — a distorção deliberada da realidade. Dessa forma, objetiva-se evidenciar o papel dos ativistas folkmidiáticos nas rupturas democráticas da sociedade boliviana, num contexto no qual o ciberespaço parece ser uma maneira eficaz de construir novas formas de interação social, que, em conjunto com a participação cidadã nas ruas, pode produzir ações e efeitos na realidade.

### PALAVRAS-CHAVE

Resistência civil; Ciberativismo; Ativismo (folk)midiático; Folkcomunicador.

---

1 Estudante de Pós-graduação em Estudos de Cultura Contemporânea (UFMT – Brasil). Especialista em Relações Internacionais, Diplomacia e Globalização (UCB – Bolívia) Socióloga especializada (UMSA – Bolívia). Correo eletrônico: andy\_teran30@hotmail.com

2 Pós-doutoranda e Doutora em Estudo de Cultura Contemporânea, Mestre em Educação, Comunicóloga e Atriz. Correo eletrônico: alinewendpap@gmail.com

## **Civil resistance, (folk)media activism and cyberativism: the case of Bolivian society**

### ABSTRACT

It is in the theory of folk communication, proposed by the author Luiz Beltrão in the 1960s, that the following article supports its theoretical and methodological aspects. For folk activism creates mechanisms of reading, identification, and actions in its own channels capable of overcoming post-truth, that is a deliberate distortion of reality. In this way, the objective is to highlight the role of folk activists in the democratic ruptures of Bolivian society, in a context where cyberspace seems to be an effective way of building new forms of social interaction, which together with citizen participation in the streets can produce actions and, effects in the reality.

### KEYWORDS

Civil resistance; Cyberativism; (Folk)media activism; Folk communicator.

## **Resistencia civil, activismo en los medios de comunicación (populares) y ciberativismo: el caso de la sociedad boliviana**

### RESUMEN

Es en la teoría de la Folkcomunicación, propuesta por el autor Luiz Beltrão en el decenio de 1960, que el siguiente artículo apoya sus aspectos teóricos y metodológicos. Para el activismo popular crea mecanismos de lectura, identificación y acciones en sus propios canales capaces de superar la post-verdad — la distorsión de la realidad que se hace de manera deliberada. De esta manera se pretende destacar el papel de los activistas populares en las rupturas democráticas de la sociedad boliviana, en un contexto en el que el ciberespacio parece ser una forma eficaz de construir nuevas formas de interacción social, que junto con la participación ciudadana en las calles pueden producir acciones y efectos en la realidad.

### PALABRAS-CLAVE

Resistencia civil; Ciberativismo; Activismo (folk)media; Folkcomunicación.

## Introdução

Na América Latina, no ano de 2019, vários países que a integram, como a Bolívia, Peru, Chile e Colômbia, foram abalados por protestos de rua que, em alguns casos, assumiram o que se pode titular como ‘convulsões sociais’ — quando uma onda de protestos demonstra um crescente descontentamento popular sem diferenciar territórios e/ou ideologias. Ainda que cada país tenha uma realidade diferente e, por isso, não possa ser comparado, existem certas questões transversais comuns a todos, os problemas estruturais de dimensão social e econômica em alguns casos e, quanto ao funcionamento da democracia, como exemplo, têm-se a Bolívia e a Venezuela. Não obstante, neste artigo, efetua-se um recorte sobre a situação boliviana, especialmente sobre as ações e motivações dos sujeitos que participaram desses movimentos sociais.

Nesse sentido, na primeira parte, o presente trabalho tenta mostrar uma breve contextualização da situação política e social da Bolívia, iniciando-se no ano 2016, época em que o mal-estar dos cidadãos parece ter começado, para chegar em 2019, diante de um dos eventos mais importantes ocorridos na Bolívia na última década, em que os cidadãos votaram nas eleições de 20 de outubro de 2019 para presidente do Estado Plurinacional da Bolívia. A importância desse fato decorre de que, mesmo os resultados sendo legítimos tanto para quem ganhou oficialmente quanto para os seus seguidores, teve uma parte da população que alegou a ocorrência de fraude no referido processo eleitoral, fazendo emergir um rompante de movimentos a favor e contra. Esse evento — eleição presidencial de 2019 — marcou um antes e um depois na história, em que se destaca a crise política e social atravessada pelo país.

Diante desse cenário, destaca-se que a motivação para a realização deste artigo começou com a percepção destes que o subscrevem sobre a inquietude e organização dos cidadãos bolivianos, a partir do surgimento de grupos de protesto pacíficos, formados por universitários e profissionais das mais variadas idades e classes sociais, que ganharam visibilidade nos meios midiáticos e puderam utilizar desses canais de comunicação para divulgar os seus verdadeiros anseios e as razões que os levaram a protestar frente à desconformidade com a situação sociopolítica estabelecida na Bolívia.

Entende-se por movimentos sociais aqueles advindos de grupos de base organizados em torno da defesa de algum propósito que, de modo coordenado, planejado e sustentado,

visam a uma mudança social. Nessa perspectiva, os movimentos sociais populares são aqueles formados a partir de agrupamentos da sociedade civil, que se organizam por uma dinâmica de ação própria e tendem a se institucionalizar, como forma de buscar consolidação e legitimação social.

A partir desse entendimento e com base no reconhecimento da Teoria da folkcomunicação, tenta-se estabelecer um diálogo entre a teoria da resistência civil com o ciberativismo folkmediático, com foco nos principais aspectos presentes no movimento supracitado, de forma a estabelecer aproximações sobre cada um dos elementos que integram essas teorias no contexto do movimento boliviano, objeto desta análise.

A partir de um olhar qualitativo sobre as contribuições de alguns autores, como Beltrão, Perruzo e Trigueiro, desenvolveu-se esta pesquisa por meio de uma perspectiva crítica. Nos aspectos teóricos, concentrou-se a atenção, principalmente, nas concepções relacionadas aos seguintes descritores: resistência civil, ciberativismo, ativismo (folk)mediático, folkcomunicador.

Também foram utilizadas, como aporte para a construção e análise deste artigo, entrevistas semiestruturadas aplicadas aos cidadãos comuns que participaram dos eventos acontecidos depois das eleições para presidente na Bolívia. Dessa forma, abre-se um conjunto de reflexões e debates sobre como os movimentos sociais populares buscam fazer a diferença e marcar presença nos meios midiáticos, desenvolvendo, para tanto, canais próprios de comunicação como forma de interagir com a sociedade e de se relacionar com o público.

## **Contextualização da situação na Bolívia**

Para contextualizar a importância da escolha dos eventos, é importante explicar a raiz da situação dos conflitos político-sociais da Bolívia, que começaram em fevereiro de 2016. Segundo o artigo n.º 168 da nova Constituição Política do Estado da Bolívia, foi mantida a restrição de até dois mandatos presidenciais, permitindo a reeleição apenas uma vez. No entanto, o então ex-presidente Evo Morales manifestou o seu desejo de se apresentar novamente como candidato nas eleições de 2019, o que o levou a solicitar um Referendo Constitucional impetrado em 21 de fevereiro de 2016.

O objetivo desse Referendo era a aprovação ou rejeição do projeto de modificação constitucional para permitir ao presidente e vice-presidente do Estado concorrer com a possibilidade de ser reeleito, retirando a restrição existente na Carta Constitucional.

Referida reforma constitucional foi rejeitada nas urnas, com o resultado oficial de 51,3% para **não** e 48,7% para **sim**. Todavia, esse evento, além de ter havido um atraso na contagem, obteve, ainda, várias alegações de corrupção e irregularidades no processo. Como consequência disso, muitas pessoas se mobilizaram, a partir do entendimento de que o percentual atribuído à opção **não** era maior do que o resultado mostrado.

Naquela época, a Organização dos Estados Americanos (OEA), que enviou uma missão de observação eleitoral, solicitou aos representantes das diferentes opções e membros das forças políticas que aceitassem os resultados.

Apesar do seu compromisso de respeitar a decisão do povo junto à OEA, o ex-presidente Evo Morales mudou de opinião e deu início a afirmações visando colocar em dúvida o resultado do referendo. Assim, diante de sua convicção, o ex-presidente apresentou um recurso extraordinário junto ao Tribunal Supremo Eleitoral (TSE), buscando garantir a candidatura do seu partido e de seu nome para a reeleição ao cargo, dois dias antes do prazo legal para a aceitação de candidatos, e obteve deferimento do órgão superior.

No entanto, a decisão do sistema judicial boliviano foi amplamente rejeitada por todos os partidos da oposição e organizações da sociedade civil. O que levou, a partir do resultado desta decisão, ao surgimento dos movimentos de protestos. Desde então, o povo passou a sair regularmente para marchar contra a decisão do tribunal que garantia ao ex-presidente Evo Morales participar das eleições. Sob o lema “Bolívia dijo No #21F” (Bolívia diz não #21F), os movimentos exigiam a desqualificação de Evo Morales como próximo candidato das eleições de 2019 para presidente do período 2020–2025.

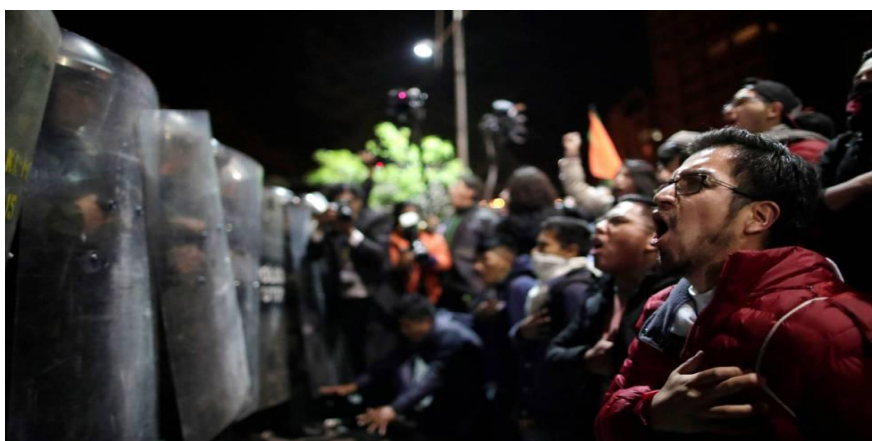
No dia 20 de outubro de 2019, as eleições ocorreram, e, tendo em conta os suspeitos atrasos na divulgação do escrutínio provisório, a oposição começou a denunciar uma possível fraude eleitoral. Horas depois, os dados disponíveis — 84% das mesas de voto — indicavam que o candidato da oposição, Carlos Mesa, tinha atingido o objetivo de levar a um segundo turno a disputa com Evo Morales pela presidência.

No entanto, a diferença era mínima. Com 45,28% dos votos a favor e 38,16% contra, Evo Morales estava perto de alcançar a diferença de 10 pontos necessária para vencer no

primeiro turno. O escrutínio provisório continuou em um ritmo mais lento do que o esperado e os opositores, mais uma vez, organizaram-se e começaram a se mobilizar para denunciar a possível fraude.

Na manhã seguinte — 21 de outubro —, o Tribunal Supremo Eleitoral (TSE) informou que a contagem provisória dos votos até aquele momento, com 95,63% dos votos contados, apontava 46,4% para Morales e 37,07% para Carlos Mesa. Naquele momento, Evo Morales estava a menos de um ponto da vitória, restando cerca de 4% dos votos a serem contados.<sup>3</sup>

**Figura 1** – Atrasos na recontagem provocam protestos na Bolívia em meio a acusações de fraude



Fonte: Jornal *El Deber*, 22 de outubro de 2019

A vitória de Evo Morales no primeiro turno, por uma pequena margem, deu origem a protestos maciços da oposição do governo, com confrontos nas ruas de diferentes cidades do país. Como consequência, apresentaram-se duas hipóteses contraditórias sobre o que se vivia naquele momento: uma delas, promovida pelo ex-presidente Evo Morales, que defendia a ideia de que estava sendo vítima de um golpe de Estado, e a segunda, de que os eventos acontecidos são parte da história de uma recuperação democrática, também intitulada como desobediência civil.

Sobre as eleições, é importante destacar ainda que o secretário-geral da Organização dos Estados Americanos (OEA), Luis Almagro, num relatório preliminar sobre a auditoria da OEA, denunciou irregularidades nas eleições bolivianas de outubro de 2019, requerendo a

---

<sup>3</sup> [infobae.com](http://infobae.com). 10 de novembro de 2019.

anulação dessas eleições, a fim de realizar outras. Referido documento culminou na renúncia de Evo Morales em 10 de novembro de 2019 e seu pedido de asilo junto ao México.<sup>4</sup>

## **Cronologia da crise após as eleições na Bolívia**

A partir das eleições presidenciais de 20 de outubro de 2019, a Bolívia mergulhou em numerosos protestos que, juntamente com um relatório emitido pela equipe da OEA, auditou a votação, levando à renúncia do presidente Evo Morales e à convocação de novas eleições. Um dos motivos que levou a oposição e os observadores internacionais a apontarem para a possibilidade de fraude nas eleições de outubro foi a lentidão das autoridades do TSE no fornecimento dos resultados da apuração final.

Quando o TSE informou que a votação provisória tinha 95,63% dos votos contados e que Morales estava próximo de garantir sua reeleição, teve-se início a uma série de protestos em diferentes partes do país. O candidato Carlos Mesa denunciou formalmente a ocorrência de fraude nas eleições e grupos de oposição incendiaram três escritórios regionais do TSE nas cidades de Potosi, Sucre e Cobija.

A oposição do partido do Movimento ao Socialismo (MAS) estava preparada para denunciar fraudes em qualquer cenário que não fosse o escrutínio, mas a suspensão do sistema de Transmissão de Resultados Eleitorais Parciais (TREP) e o aumento significativo da percentagem do candidato Evo Morales contribuíram para que metade dos cidadãos da Bolívia estivessem convencidos de que efetivamente ocorreu uma alteração nos resultados, pois, para além da possibilidade de se confirmar a contagem em tempo real — que foi negada —, o presidente Morales dava todos os indícios da pretensão de se manter no poder, independentemente do que acontecesse (STEFANONI, 2019).

No dia 22 de janeiro de 2019, as organizações cidadãs, os diferentes líderes dos trabalhadores, de políticos e da sociedade civil protestaram e deram início a uma greve geral por período indefinido. Referido protesto deu a Evo Morales um ultimato para que ele renunciasse ao cargo em 48 horas e conclamou às forças armadas a se unirem ao movimento. Dias depois, o governo proclamou a vitória de Evo Morales no primeiro turno.

---

4 [www.bbc.com](http://www.bbc.com). 26 novembro 2019



A greve se replicou em todo o país e, como reação, vários incidentes ocorreram entre os apoiadores de ambos os lados. No dia seguinte à sua proclamação como presidente reeleito, Evo Morales denunciou, durante uma conferência de imprensa, que o questionamento quanto aos resultados eleitorais tinha um fundo "racista" e declarou que a greve geral convocada em diferentes regiões do país nada mais era do que uma questão "política e um golpe de Estado". Como consequência, Carlos Mesa pediu ajuda à comunidade internacional para impedir Evo Morales de "entrar no caminho de uma ditadura".<sup>5</sup>

Devido ao pedido de Carlos Mesa, no dia 2 de novembro de 2019, líderes dos comitês cívicos de oito dos nove departamentos da Bolívia solicitaram a renúncia de Morales. No dia 4 de novembro, Morales respondeu que não concordava em apresentar sua renúncia e instou as forças de segurança a continuar apoiando o governo, contudo os protestos e confrontos nas ruas continuaram.

No dia 10 de novembro de 2019, o relatório da OEA revelou que houve "irregularidades" nas eleições de 20 de outubro de 2019 na Bolívia. O representante destacou os problemas técnicos do Sistema de Transmissão de Resultados Eleitorais, os vários casos de falsificação de assinaturas e atas e, até mesmo, uma irregularidade no número de votos recebidos por Evo Morales.

Um dos setores aliados mais próximos e importantes do governo, a Central Obreira Boliviana (COB), se posicionou diante dessa difícil situação, distanciando-se do governo e pedindo a Evo Morales que assumisse "a responsabilidade de se demitir para pacificar o país", assegurando que "não serão cúmplices no derramamento de sangue".<sup>6</sup> Nesse mesmo dia, as Forças Armadas sugeriram ao ex-presidente que renunciasse, sob o argumento de que tal pedido respondia à necessidade de garantir a segurança nacional.<sup>7</sup>

Segundo o autor Fernando Molina (2019):

[...] o fator básico na queda de Morales foi a revolta nas cidades juntamente com alguns sectores dos trabalhadores. Mas o fator desencadeante foi o motim policial, que se deveu a razões enraizadas na gestão governamental (com Morales, a polícia perdeu privilégios e recebeu menos benefícios do que os militares). No entanto, como esta instituição foi semi-militarizada, o seu comportamento teve de ser precedido por um processo prévio de

---

5 [infobae.com](http://infobae.com). 10 de novembro de 2019.

6 Idem.

7 [infobae.com](http://infobae.com). 10 de novembro de 2019.

decomposição da ordem, que ocorreu devido à "pressão social ambiental", como ocorre em todas as insurreições.

Após 21 dias de protestos nas ruas, em 10 de novembro de 2019, oito horas depois de anunciar as novas eleições gerais, Evo Morales renunciou ao cargo de presidente do Estado, no Trópico do departamento de Cochabamba. O presidente apresentou sua renúncia por meio de um canal nacional, após uma escalada de demissões e renúncias de governadores, prefeitos, deputados e senadores de seu partido em todo o país.

A estratégia do partido de Morales consistiu em fazê-lo deixar o país para se tornar vítima de um suposto golpe de Estado, além de mobilizar os movimentos sociais, causando terror, destruição e morte nas cidades, para que, com isso, os parlamentares no congresso não aceitassem sua renúncia, fazendo-o retornar como o único salvador que poderia restabelecer a ordem política no país (TAPIA, 2019).

Na Constituição Política do Estado, estabelece-se que, em caso de renúncia ou ausência dos chefes do executivo, assume, em ordem de prioridade, o chefe do legislativo. Após as renúncias de Evo Morales, do vice-presidente, do presidente do Senado e do presidente dos deputados, a autoridade seguinte, na ordem de precedência, foi a Senadora Jeanine Añez, devido à impossibilidade do exercício de assumir as funções de principal autoridade do Estado.

Com as greves e mobilizações de trabalho em todo o país, a administração nacional se tornou uma batalha entre os partidários do presidente e seus detratores, intensificando, ainda mais, os protestos nas cidades bolivianas, como o ocorrido em La Paz, que teve o nascimento de grupos de resistência democrática. Sobre isso, o autor Luis Tapia (2019) fala o seguinte:

Diante da fraude nas últimas eleições, articula-se uma grande resistência, que entra numa primeira fase de desobediência civil e que tem várias facetas. Primeiro, a fraude é denunciada através do trabalho de cidadãos e grupos de profissionais que forneceram provas da manipulação de dados. Isto foi acompanhado por marchas autoconvocadas que ocorreram em diferentes momentos do dia e em diferentes lugares em todas as capitais de departamento. Outra faceta de resistência à fraude é a da greve cívica, que envolveu bloqueios dentro das cidades como resultado da organização do bairro. (TAPIA, 2019, Cides.edu.bo)

O autor ainda menciona que essa resistência contém um acúmulo de desgaste e uma rejeição ao abuso e autoritarismo do governo, mas também é um símbolo de expressão de

desobediência civil, que foi acompanhada pela implantação de uma capacidade de auto-organização (TAPIA, 2019).

Nas primeiras semanas depois do dia das eleições, essa resistência funcionou como uma força de bloqueio para uma nova tentativa de estender o governo de Morales. Foi assim que, tempo depois, essa capacidade de auto-organização tornou-se uma forma de resistência e contenção à fase de implantação da violência destrutiva que o partido político do MAS começou a implantar imediatamente após a renúncia de Morales, com ataques a cidades e vilas, a queima de casas e destruição de bens públicos (TAPIA, 2019).

### **Contribuições da folkcomunicação ao entendimento das rupturas democráticas**

A partir do momento em que os ativistas estão cientes da presença das câmeras de televisão, sua aparência torna-se visível. É nessa situação que surge um ator importante, o líder de opinião, como mediador do processo de diálogo ou para início de um, quando não há, entre representantes e representados, dentro da 'arena política'. Trata-se do que chamamos de folkcomunicador. Sobre essa concepção, Beltrão (1980) menciona que "as manifestações são sobretudo resultado de uma atividade artesanal do agente-comunicador, enquanto seu processo de difusão se desenvolve horizontalmente".

Nas sociedades democráticas, a mídia desempenha um papel extremamente importante, que tem sido aprofundado pelo desenvolvimento massivo das formas midiáticas. Mas, quando a mídia se torna o padrão de legitimidade para os protestos, ela ganha grande influência sobre as pessoas e, portanto, sobre a forma como elas interpretam os movimentos sociais.

Essas lutas identitárias, sejam elas demandas indígenas, questões de raça, gênero, política etc., mostram a necessidade dessa afirmação da identidade e de como elas são agregadas e potencializadas quando contam com um debate mais amplo em torno da defesa da democracia. O testemunho de Juan Pablo Chamon, diretor de projetos da "Lidera Bolívia", que participou como um cidadão comum dos eventos acontecidos nas eleições da Bolívia, explica o que o levou a fazer parte dos protestos, desde o dia das eleições, em 20 de outubro de 2019:

[...] generó una reacción en la población y decir “Basta de atropellar mi voto, respeto a las decisiones que tomamos”. No era la primera vez y también ahí hay algo importante, un mensaje que para mí es fundamental, muchas veces en las calles se gritaba “Esto no es Cuba, tampoco Venezuela. Esto es Bolivia, y Bolivia se respeta”. Entonces ahí también creo que hay un mensaje claro de la población, quiere más justicia, quiere libertad, y quiere una política con valores. (Juan Pablo, 28 años)

No pior dos casos, esse poder da mídia pode optar por silenciar o protesto social, omitindo sua existência, em uma aliança tácita com o poder político. Então, se os movimentos não existem para a opinião pública, as autoridades podem não verificar e atender às suas exigências e, o mais preocupante, sem maiores consequências.

Nesse sentido, a partir da teoria elaborada por Beltrão (1980), nomeada de “Comunicação dos Marginalizados”, a qual se trata da comunicação do povo, que é anônima, auxiliar-se-á na compreensão das polarizações econômicas e na nova configuração das classes sociais. Esse sistema, de folkcomunicação, que coloca o processo da comunicação em múltiplos estágios para entender o processo eleitoral do voto, traz esperança, indignação e rejeição.

Partindo desse entendimento, pode-se dizer que a comunicação é como uma forma de resistência e mobilização dos grupos sociais, que tem um caráter contra-hegemônico e parâmetros diferenciados dos meios tradicionais no que se refere às suas formas de produção, circulação e consumo. Peruzzo, sobre isso, fala o seguinte:

Há consciência de que os meios de comunicação, especialmente a televisão, são canais imprescindíveis para se comunicar com a sociedade, tanto para difundir reivindicações, se legitimar, interferir nas decisões dos poderes constituídos. É uma maneira de atingir os objetivos e obter ganhos sobre as reivindicações, divulgar a visão dos setores subalternos da interpretação de fenômenos e acontecimentos e conquistar a adesão e apoio público às lutas sociais de interesse coletivo. Significa publicizar e trazer à esfera pública as demandas e a concepção de mundo daqueles que, em geral, não encontram na mídia espaço e tratamento adequados. (PERUZZO, 2015, p. 40)

A incidência dos meios de comunicação de massa tem se tornado cada vez maior e mais importante na formação de representações, imagens e discursos sobre os movimentos sociais, uma vez que as atividades de protesto podem ser transmitidas, surgindo, dessa maneira, uma disposição da ação coletiva. O ativismo folkmidiático é uma ação coletiva que busca um ideal democrático e formas não hierárquicas de organização horizontal e não apenas a apropriação das tecnologias de informação e comunicação por ativistas. Nesse

sentido, o ativismo serve para criar mecanismos de leitura, identificação e ação em canais próprios para superar a pós-verdade.

Para Trigueiro (2006):

[...] a atuação de um ativista, é necessária, entanto o comunicador folk, tem como função reorganizar as narrativas midiáticas que, cada vez mais, chegam em volume e velocidade significativos ao alcance dos grupos populares que não estavam preparados para receber uma carga tão grande de informação dos meios massivos. (TRIGUEIRO, 2006, p. 3)

Em muitas organizações, surgem ativistas que se especializam em comunicação, por meio de comissões especiais para esse fim ou, ainda, pela iniciativa espontânea de alguns membros dessas unidades organizacionais, que, mediante a criação de seus próprios meios ou recorrendo a produções comunicativas mais esporádicas, como o uso das redes sociais, atuam para uma maior difusão dos eventos acontecidos ao vivo, em *live stream* ou gravações feitas por eles mesmos, ação essa conhecida como ciberativismo.

## Ativismo cidadão

Nesta era da pós-modernidade, a Internet parece ter acrescentado relevância aos movimentos sociais ou organizações cidadãs, dando a possibilidade de acessá-la por meio de dispositivos móveis, como smartphones e tablets, que trouxeram rapidez a essas trocas comunicativas.

Seguindo essa ideia, Cecilia Peruzzo (2015, p. 21) fala que: “As perspectivas de difusão da ação cívica se ampliam na era da internet, apesar dos eventuais usos que a contrariam, além da desigualdade de acesso em plenitude à sua potencialidade e benesses.” Na cidade de La Paz, por exemplo, as pessoas se organizavam por grupos nos bairros, sobre isso, uma das participantes dos protestos eleitorais, Solange Said Marañon, de 27 anos, que dirige uma empresa de biossegurança, apontou o seguinte:

Nos organizábamos mediante grupos de WhatsApp, logramos tener una coordinación de zona sur, había también otra en el centro de la ciudad. Yo era coordinadora de mi zona de Cota Cota. Entonces teníamos coordinadores, juntaban a todos sus vecinos, les daban sus directrices, que se juntaban con los coordinadores de las otras zonas y nos organizábamos todos en una movilización general. Nosotros con mi grupo de la zona sur, logramos realizar los cabildos, las movilizaciones. Entonces nosotros citábamos a la gente, hacíamos

los artes (las pancartas) y empezábamos a difundir para que todo el mundo esté presente. (Solange, 27 anos).

Diante da fala de Solange, verifica-se, portanto, que essa situação explica o comportamento de muitos movimentos e organizações civis e populares, que procuram a divulgação de suas atividades. Nesse sentido, Peruzzo (2015) fala que:

A visibilidade dos movimentos sociais populares e organizações congêneres nos meios de comunicação convencionais, seja na televisão, no jornal, no rádio ou na internet, é sempre uma questão-chave para os movimentos sociais populares, porque representa uma “faca de dois gumes”, para usar uma expressão popular. (PERUZZO, 2015, p. 37).

Diante do exposto, observa-se que, após os eventos acontecidos posteriormente às eleições de outubro de 2019 na Bolívia, tem se destacado um novo tipo de protesto e luta social, que emergiu quase que de imediato, em vista dos supostos atrasos na divulgação do voto provisório, quando a oposição começou a denunciar possíveis fraudes eleitorais e provocou um sentimento de raiva em nível nacional, que teve, por consequência, já no dia seguinte, um país representado por um grupo que não ia aceitar a possível vitória do ex-presidente Evo Morales.

A partir do primeiro protesto significativo, os meios de comunicação social oficiais foram contra a população, divulgando diversos fatos: buscando compreender se o que estava acontecendo era fraude, os possíveis abusos de poder sobre a população por parte de grupos afins ao governo e as *fake news* sobre a figura de golpe de Estado. No entanto, para ir contra esse movimento, a sociedade civil passou a adotar maneiras de se fazer escutar na Bolívia e no exterior, usando tecnologia simples e econômica: um smartphone com acesso à Internet para mostrar o que realmente estava acontecendo, enquanto a maioria dos meios de comunicação, na TV ou rádio oficiais da Bolívia, insistiam em mostrar o lado oficial da história.

Destaca-se, nesse sentido, os ensinamentos de Renó (2015):

No entanto, o papel do grupo continuou a existir como um apoio aos grupos populares do país. Ao mesmo tempo, as suas atividades começaram a inspirar novos jovens para a participação e mobilização. As imagens eram a representação dos meios de comunicação social da cidadania, o registro imaginário da mesma. Os cidadãos descobriram o poder dos seus dispositivos móveis e que todos eles poderiam ser repórteres (RENÓ, 2015, p. 8).

Assim, verifica-se que os espaços digitais fornecidos pela Internet e que têm sido utilizados há muito tempo pelos cidadãos para obter informação, entretenimento etc. passam a introduzir outras inovações no campo da comunicação, permitindo, por exemplo, que os ativistas possam expandir suas reivindicações sobre as ocorrências na Bolívia, o que nos leva a abrir o próximo tópico para debater sobre a prática do cooperativismo.

## Ciberativismo

O ciberativismo é uma ação política na rede de Internet que, há vários anos, tem sido um fator determinante no desenvolvimento dos movimentos sociais pelo seu grande impacto social e político. Sobre isso, Cristiane Dias (2012) afirma que:

Com as redes de computadores conectados entre si expandindo-se cada vez mais, um novo espaço de experimentação, vivência, relações sociais, econômicas e políticas ramifica-se do espaço físico. Um espaço distinto do espiritual, mas também distinto do espaço físico, um espaço ciber, vinculado a técnica, a simulação, a virtualidade, ao numérico. (DIAS, 2012, p. 32).

Isso implica dizer que as redes sociais, como Twitter, Instagram e Facebook, fornecem ao público as ferramentas necessárias não apenas para disseminar informações de forma massiva, mas também para gerar diálogo e debate. Seguindo essa ideia, pode-se dizer que o ciberativismo é um dos campos de ação comunicativa, à medida que os grupos articulam esse cenário virtual num território geográfico (o bairro, a cidade, a região) e, com ele, a ação direta, que pode ser uma linha de piquete, manifestações, marchas, eventos políticos etc. O autor Renó (2015), ao falar sobre o assunto, aduz o seguinte:

Nas estratégias do grupo, destaca-se a capacidade de multiplicar pessoas, cobrindo marchas e protestos, para além da transmissão em tempo real. A articulação social dos seus representantes foi também outro ponto forte, uma vez que procuravam quadros sociais que a imprensa nunca fazia, especialmente para os seus próprios interesses políticos e económicos (RENÓ, 2015, p. 7).

Diante do exposto, é possível dizer que, atualmente, houve um impacto em relação às ferramentas tecnológicas sobre a população em geral, as quais têm crescido significativamente por meio das redes sociais digitais, levando os seus usuários a aprender e participar de sua realidade cívica, política ou cultural.

Segundo Becker (2010):

[...] o ciberativismo, tem uma definição ampla que se deve ao fato de que ele deve incluir tanto atividades que são possíveis apenas online quanto o uso da internet como um canal adicional de comunicação para grupos, organizações e movimentos sociais. Do ponto de vista da finalidade das iniciativas, o ciberativismo se constitui em basicamente três áreas: conscientização/ apoio, organização/mobilização e ação/reação (BECKER, 2010, p. 175).

## Considerações finais

Do estudo realizado, para elaboração deste artigo, há uma série de elementos a se considerar. Inicialmente, aduz que, quanto maior o tempo que um representante se mantiver no governo, maiores serão as incidências de prováveis falhas, levando à compreensão de que uma pessoa pode tirar partido da sua permanência prolongada no controle de um país, mesmo que inconscientemente.

Certamente, o debate sobre os acontecimentos bolivianos — a revolução libertadora, a desobediência civil ou o golpe de Estado — será tão interminável como irreconciliável. Isso porque dificilmente se chegará a um consenso, tendo em vista que, de um lado — vários países e alguns observadores estrangeiros —, o ex-presidente boliviano Evo Morales sofreu um golpe de Estado, por outro lado, a população civil, que esteve nas ruas da Bolívia, e outras representações estrangeiras entendem como um ato em defesa da democracia.

A mídia de massa acaba produzindo perfis sobre os movimentos e as organizações populares de modo discriminatório. Por esse motivo, verifica-se a criação e o crescimento dos movimentos sociais como forma de empoderamento e esclarecimento dos fatos ocorridos, buscando novos caminhos de reconstrução da esperança, pautados na divulgação da realidade.

Nesse sentido, os grupos sociais se apropriam de ferramentas tecnológicas e de comunicação, bem como criam canais e experiências de resistência e promoção de lutas, fazendo com que as emoções coletivas, ao encontrarem barreiras para seus anseios, possam abrir novas vias e se fazerem ouvir.

Finalmente, algumas das causas pelas quais a separação entre representado e representante se acentua ao ponto da rejeição popular, sem distinções, é que, em algumas situações — como essa abordada —, fazem-se claras a formação e a visibilidade dos conflitos sociais como uma forma de contestação ao sistema econômico, político, social e cultural,



gerando, assim, um espaço para as vozes minoritárias (comunicação como forma de ação política).

## Referências

- BECKER, Maria Lúcia. **Verbetes Cidadania das Minorias**. Enciclopédia Intercom de Comunicação, 2010. Disponível em: [www.cienciasnuvens.com.br/site/wp-content/uploads/2013/07/Enciclopedia-Intercom-de-Comunicação.pdf](http://www.cienciasnuvens.com.br/site/wp-content/uploads/2013/07/Enciclopedia-Intercom-de-Comunicação.pdf). Acesso em: 5 jun. 2019.
- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.
- DIAS, Cristiane. **Sujeito, sociedade e tecnologia: a discursividade da rede (de sentidos)**. São Paulo: Hucitec. 2012.
- INFOBAE. **Cronología de la crisis en Bolivia que desembocó en la renuncia de Evo Morales**. 10 de Noviembre de 2019. Disponível em: <https://www.infobae.com/america/2019/11/10/cronologia-de-la-crisis-politica-que-sacude-a-bolivia/>. Acesso em: 26 ago. 2020.
- MOLINA, Fernando. **Bolivia: ¿golpe o (contra)revolución?**. Revista Nueva Sociedad. Novembro 2019. Disponível em: <https://nuso.org/articulo/bolivia-golpe-o-contrarevolucion/>. Acesso em: 10 ago. 2020.
- PERUZZO, C. M. K. Representações dos movimentos populares na mídia e como eles se representam: visibilidade pública e perspectivas cívicas. **Comunicação e Cultura**, UCS, Caxias do Sul – v. 14, n. 28, jul./dez., p. 31-49. 2015.
- RENÓ, Denis Porto. **Folkcomunicación ciudadana a partir de la web 2.0 y de la movilidad**. Revista internacional de Comunicación y Desarrollo, v. 1, n. 1, p. 51-59, 2015. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/135833>. Acesso em: 10 ago. 2020.
- STEFANONI, Pablo. **¿Qué pasa en Bolivia?** Revista Nueva Sociedad. Outubro 2019. Disponível em: <https://nuso.org/articulo/Bolivia-Evo-Morales-Carlos-Mesa-elecciones/>. Acesso em: 10 ago. 2020.
- TAPIA, Luis. **Crisis Política En Bolivia: La Coyuntura De Disolución De La Dominación Masista. Fraude y resistencia democrática**. Cides, La Paz. 19 de novembro. 2019. Disponível em: <http://www.cides.edu.bo/webcides2/index.php/interaccion/noticias-f/264-crisis-politica-en-bolivia-la-coyuntura-de-disolucion-de-la-dominacion-masista>. Acesso em: 7 set. 2020.
- TRIGUEIRO, Osvaldo. O ativista midiático da rede folkcomunicacional. **Revista Internacional de Folkcomunicação**. Universidade Estadual de Ponta Grossa. v. 4, n. 7. 2006.

## A comunicação e o *Buen Vivir*: a experiência da ALER

Vivian de Oliveira Neves Fernandes<sup>1</sup>

Submetido em: 20/09/2020

Aceito em: 14/04/2021

### RESUMO

Este artigo busca apresentar reflexões em torno do conceito de *Buen Vivir* e sua interface com a comunicação popular, como resposta à crise sistêmica atual e ao modelo capitalista, tomando como exemplo teórico e prático a Associação Latino-Americana de Educação e Comunicação Popular (ALER). A partir de revisão bibliográfica e entrevistas, este texto levanta discussões em torno do *Buen Vivir*, que tomam corpo com o Novo Constitucionalismo Latino-Americano; também sobre os debates em relação à comunicação popular e modelos de desenvolvimento; e, por fim, apresenta elementos e formulações construídos no interior da ALER, que tem o *Buen Vivir* como o eixo central de sua construção política e comunicacional atual. Assim, busca-se trazer reflexões urgentes e necessárias para se pensar novas formas de vida em sociedade e de práticas comunicacionais que refletem essa demanda.

### PALAVRAS-CHAVE

Buen Vivir; Comunicação popular; Associação Latino-Americana de Educação e Comunicação Popular (ALER).

## Communication and *Buen Vivir*: the ALER experience

### ABSTRACT

This article seeks to present reflections around the concept of *Buen Vivir* and its relation with people's communication, as a response to the current systemic crisis and the capitalist model, taking as theoretical and practical example the Latin American Association of People's Education and Communication (ALER). Based on literature review and interviews, this text

---

<sup>1</sup> Jornalista graduada pela Universidade Federal de Viçosa (UFV), mestra e doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP).

raises discussions around *Buen Vivir*, which becomes more relevant with the New Latin American Constitutionalism; also on the debates around people's communication and development models; and, finally, presents elements and formulations raise inside ALER, which has *Buen Vivir* as the central axis of its current political and communicational construction. Thus, it seeks to bring urgent and necessary reflections to think about new ways of living in society and communicational practices that reflect this demand.

## KEY-WORDS

Buen Vivir; People's communication; Latin American Association of People's Education and Communication (ALER).

## Comunicación y Buen Vivir: la experiencia de ALER

## RESUMEN

Este artículo pretende presentar reflexiones en torno al concepto de Buen Vivir y su interrelación con la comunicación popular, como respuesta a la actual crisis sistémica y al modelo capitalista, tomando como ejemplo teórico y práctico la Asociación Latinoamericana de Educación y Comunicación Popular (ALER). A partir de la revisión bibliográfica y las entrevistas, este texto plantea las discusiones en torno al Buen Vivir, que se concretan con el Nuevo Constitucionalismo Latinoamericano; también los debates sobre los modelos de comunicación popular y desarrollo; y, finalmente, presenta elementos y formulaciones construidas en el seno de ALER, que tiene al Buen Vivir como eje central de su actual construcción política y comunicacional. Así, pretende aportar reflexiones urgentes y necesarias para pensar en nuevas formas de vivir en sociedad y en prácticas comunicativas que reflejan esta demanda.

## PALABRAS-CLAVE

Buen Vivir; Comunicación popular; Asociación Latinoamericana de Educación y Comunicación Popular (ALER).

## Introdução

Em um momento de crise do sistema capitalista em nível planetário, vive-se a urgência de se pensar e construir novos modelos de vida em sociedade, que apontem para a sobrevivência e um futuro melhor para a humanidade. Nesse sentido, ao passo que são pensados e construídos os novos modelos e projetos societários, nele estão inseridos modelos e projetos de comunicação. Ou seja, todo projeto de sociedade se vê refletido em seu projeto

comunicacional, sendo a comunicação um espaço de construção identitária e cultural de sujeitos, povos e nações.

Alicerçada em projetos e visões de mundo que formam experiências coletivas, a comunicação pode servir a interesses de manutenção da ordem e de defesa de posições hegemônicas e de dominação, mas também pode ser um espaço de proposição e prática de contra-hegemonia e de liberdade. E a partir da perspectiva de superação à lógica de desenvolvimento capitalista e de resgate do pensamento dos povos originários, está o conceito de *Buen Vivir*, que propõe a construção de relações de convivência plena entre os seres humanos e destes com a sociedade, a natureza e o cosmos.

Neste artigo, busca-se apresentar um olhar sobre a interface entre comunicação e *Buen Vivir* como uma resposta comunicacional e política contraposta à do desenvolvimento capitalista, além de urgente e necessária para se construir uma perspectiva de futuro da humanidade e do meio ambiente. Como sujeito dessa reflexão, toma-se a Associação Latino-Americana de Educação e Comunicação Popular (ALER), uma rede de rádios populares, comunitárias e educativas da América Latina e do Caribe que possui quase cinco décadas. Atualmente, a organização traz em sua visão estratégica o *Buen Vivir* como aposta de sua construção e como defesa em seu projeto político comunicacional.

O texto divide-se em três partes centrais, sendo a primeira girando em torno das reflexões sobre o conceito de *Buen Vivir*; a segunda de como a comunicação popular dialoga com essa ideia; e, a terceira focando na experiência da ALER. Para tal, o texto ampara-se na revisão bibliográfica e em entrevistas para construir a abordagem proposta, além do acompanhamento das produções e publicações da Associação em suas plataformas virtuais.

### **Emergência do *Buen Vivir***

O conceito andino de *Buen Vivir* – tradução ao espanhol de *sumak kawsay* da língua indígena do povo Kichwa, mais difundida no Equador – ou *Vivir Bien* – *suma qamaña*, marcadamente presente entre os indígenas Aymara da Bolívia – tem uma origem ancestral, dos povos originários da região andina da América Latina. Carregado de simbologia e mitologia distintas para cada um dos povos que fazem parte dessas grandes culturas, esse amplo conceito remete a interpretações e ações que fazem parte dos valores e

conhecimentos da relação entre seres humanos e natureza, a fim de manter um equilíbrio entre estes.

O *Buen Vivir* e o *Vivir Bien* se tornam mais difundidos e conhecidos na sociedade em geral e na academia latino-americanas com a aprovação das novas Constituições do Equador (2008) e da Bolívia (2009). A presença e a importância do termo nesses textos constitucionais dialoga com um plano econômico e de pensar um modelo distinto ao capitalista, e, ao mesmo tempo, com o conceito de Plurinacional, além de debates em torno de etnicidade e “formas institucionais a partir de uma alternativa política ao desenvolvimento”<sup>2</sup> (SCHAVELZON, 2015, p. 182, tradução livre). Frutos de lutas sociais e políticas populares e da chegada à Presidência de governos progressistas, como o de Evo Morales, na Bolívia (2006-2019), e Rafael Correa, no Equador (2007-2017), esses processos constituintes marcaram um momento distinto na América Latina, no que foi chamado de Novo Constitucionalismo Latino-Americano, e, a partir disso, um salto na sistematização do conceito de *Buen Vivir*.

O Novo Constitucionalismo Latino-Americano é entendido como a superação da herança constitucional hegemônica: eurocêntrico-estadunidense, liberal, colonizadora e monista. Nesse sentido, “na realidade da América Latina, as novas Constituições podem marcar a possibilidade de transição de projetos em que grupos historicamente marginalizados assumem um protagonismo político” (SILVA JÚNIOR, 2014, p. 152), se diferenciando de um passado de exclusão de “populações indígenas, negras e pobres” (Ibid, p. 156).

Dessa forma, esse novo constitucionalismo busca garantir a participação democrática do povo na construção societária e rompe com as fundamentações constitucionais anteriores. Assim, no caso da introdução do conceito de *Vivir Bien* na Constituição da Bolívia, “a estrutura político-institucional passa a se reconfigurar conjugando o ser humano aos elementos relacionados à vida como um todo, seja ela humana ou não, considerando em certas situações elementos da Pachamama e prezando o ‘vivir bien’” (SILVA JÚNIOR, 2014, p. 171). *Pachamama* é como os povos indígenas se referem à Terra como um organismo vivo e também à natureza, ou a Mãe Terra/*Madre Tierra*, e o que os cosmólogos contemporâneos chamam de Gaia (ZAFFARONI, 2010).

---

<sup>2</sup> No original em espanhol: “formas institucionales desde una alternativa política al desarrollo”.

Tomando especificamente o caso boliviano para ilustrar como se deu a relação do Estado com esse novo conceito, a partir de um percurso de tensões e embates entre as forças populares e conservadoras na disputa constituinte, ao fim firmaram-se alguns entendimentos manifestos no texto da Carta Magna.

Essas mudanças paradigmáticas serão fundamentais para que o Estado trilhe um caminho que considere e pautar o *vivir bien* ou *Suma qamaña* na Bolívia. Esse conceito andino, crítico ao capitalismo e ao núcleo irracional da modernidade, traz valores comunitários da cosmovisão indígena, além de ressaltar a relação harmônica do homem-mulher com a 'mãe terra'. Logo, o *vivir bien* manifesta-se no modelo de Estado Plurinacional, no novo modelo territorial autônomo e no novo modelo econômico plural e comunitário. (SILVA JÚNIOR, 2014, p. 216-217)

E na ideia de concretizar o *Vivir Bien* no modelo econômico foram necessárias “mudanças em relação às forças produtivas e à lógica de atuação diante da Pachamama” (Ibid, p. 218), como no caso da regulamentação sobre transgênicos. Está presente também em uma “economia plural” (da propriedade privada à comunitária, passando pela cooperativada e estatal), que no artigo 306 da Constituição da Bolívia define que ela está orientada “a melhorar a qualidade de vida e o viver bem de todas as bolivianas e todos os bolivianos”<sup>3</sup>.

Seguindo com a busca por um entendimento de *Vivir Bien*, o Estado Plurinacional da Bolívia, por meio do Ministério de Culturas, define:

Em princípio, há um certo consenso de que é um novo paradigma que nos permite repensar o desenvolvimento, ou melhor, buscar alternativas a partir de valores que nos trazem o mundo indígena, como a complementaridade e a reciprocidade, assim como a harmonia com a Mãe Terra. Uma nova visão do comum, na qual a reprodução da vida, da comunidade, tem um papel principal que nos permite olhar o mundo baixo outros parâmetros.<sup>4</sup> (MINISTERIO DE CULTURAS, 2012, p. 07, tradução livre)

---

<sup>3</sup> No original em espanhol: “a mejorar la calidad de vida y el vivir bien de todas las bolivianas y los bolivianos”. Nueva Constitución Política del Estado Boliviano. Disponível em: <http://www.comunicacion.gob.bo/?q=20130725/nueva-constitucion-politica-del-estado-boliviano>. Acesso em: 09 de setembro de 2020.

<sup>4</sup> No original em espanhol: “En principio hay un cierto consenso de que es un nuevo paradigma que nos permite repensar el desarrollo, o más bien buscar alternativas desde valores que nos trae el mundo indígena como la complementariedad y reciprocidad, así como la armonía con la Madre Tierra. Una nueva visión de lo común, en la que la reproducción de la vida, la comunidad, tienen un rol principal que nos permiten mirar el mundo bajo otros parámetros.”

De outro ponto de vista, na tradução de *sumak kawsay* e *suma qamaña* para *Vivir Bien* e *Buen Vivir*, é importante destacar o que traz Raúl Prada:

O *sumak kawsay* não é somente um conceito quechua, mas, sim, que define um modo de vida que se opõe ao modo de produção; a Mãe Terra não pode ser reduzida à condição de possibilidade da produção, não pode ser reduzida a meio de produção; a Mãe Terra é criação, recriação, reprodução de vida, na manifestação de seus múltiplos ciclos vitais. A vida não é produção, mas invenção, é acontecimento da energia “cósmica”. A relação com esta energia.<sup>5</sup> (PRADA, 2013: s/n; In.: SCHAVALZON, 2015, p. 33, tradução livre)

Um importante formulador e que atua na divulgação desse conceito é o ex-ministro de Relações Exteriores e atual vice-presidente boliviano, David Choquehuanca. De origem Aymara, ele propagou um discurso, em esfera internacional, de mudança da visão de acumulação ocidental, individualista e antropocêntrica. Nesse sentido, Choquehuanca (2010, In: SCHAVALZON, 2015, p. 215) apresentava que o *Vivir Bien* “dá prioridade à natureza e postula que todos os seres que vivem no planeta se complementam uns aos outros”<sup>6</sup>; relacionando o conceito com a unidade de todos os povos, com a proteção das sementes e a recuperação dos bens naturais de um país para o benefício de todos e todas. Alguns outros pontos tratam de se viver em complementaridade e equilíbrio com a natureza, a defesa da identidade e o respeito à mulher.

A aproximação entre o *Buen Vivir* e o direito à comunicação também está presente nos textos constitucionais, tendo o Estado o papel de regulador da vida em sociedade. Na Constituição do Equador de 2008, no capítulo 2, que aborda os *Direitos do Buen Vivir*, na terceira seção está presente a discussão sobre Comunicação e Informação, em que, entre outros pontos, apresenta:

---

<sup>5</sup> No original em espanhol: “El *sumak kawsay* no es pues sólo un concepto quechua, sino define un modo de vida, perdido, buscado, latente, recuperable. Desde este punto de vista el modo de vida se opone al modo de producción; la Madre Tierra no puede ser reducida a condición de posibilidad de la producción, no puede ser reducida a medio de producción; la Madre Tierra es creación, recreación, reproducción de vida, en la manifestación de sus múltiples ciclos vitales. La vida no es producción sino invención, es acontecimiento de la energía ‘cósmica’. La relación con esta energía.”

<sup>6</sup> No original em espanhol: “da prioridad a la naturaleza y postula que todos los seres que viven en el planeta se complementan unos con otros”.

Art. 16.- Todas as pessoas, de forma individual ou coletiva, têm direito a:

1. Uma comunicação livre, intercultural, includente, diversa e participativa, em todos os âmbitos da interação social, por qualquer meio e forma, em sua própria língua e com seus próprios símbolos.
2. O acesso universal às tecnologias de informação e comunicação.
3. A criação de meios de comunicação social, e o acesso em igualdade de condições ao uso das frequências do espectro radioelétrico para a gestão de estações de rádio e televisão públicas, privadas e comunitárias, e a bandas livres para a exploração de redes sem fio.<sup>7</sup> (tradução livre)

Na Constituição da Bolívia, no sétimo capítulo, sobre a Comunicação Social, está definido que o Estado é o garantidor do direito à comunicação e que apoiará a criação de meios comunitários, além de que não é permitida a conformação direta ou indireta de monopólios ou oligopólios nos meios de comunicação. Também está posto que os veículos de comunicação “deverão contribuir para a promoção dos valores éticos, morais e cívicos das diferentes culturas do país, com a produção e difusão de programas educativos plurilingues e em linguagem alternativa para pessoas com deficiência”<sup>8</sup>. Assim, há um reforço do caráter Plurinacional do Estado boliviano, que reconhece constitucionalmente 36 idiomas, entre línguas dos povos originários e o castelhano.

Na Constituição, na visão de mundo ou nas práticas culturais e valores dos povos originários, o conceito segue inspirando e crescendo em debates em distintas áreas e países, como é o caso de se pensar um novo modelo e novas práticas em comunicação, em especial na América Latina, à luz do *Buen Vivir*.

---

<sup>7</sup> Constituição do Equador de 2008. Disponível em: <https://www.cec-epn.edu.ec/wp-content/uploads/2016/03/Constitucion.pdf>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2020. No original em espanhol: “Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.”

<sup>8</sup> Constituição da Bolívia de 2009. Disponível em: <https://sea.gob.bo/digesto/CompendioNormativo/01.pdf>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2020. No original em espanhol: “deberán contribuir a la promoción de los valores éticos, morales y cívicos de las diferentes culturas del país, con la producción y difusión de programas educativos plurilingües y en lenguaje alternativo para discapacitados.”



## **Comunicação em direção ao *Buen Vivir***

Além da presença da relação entre *Buen Vivir* e Direito à Comunicação em textos constitucionais, os debates e a produção conceitual do que seria uma comunicação para o *Buen Vivir* contam com algumas discussões teóricas e alguns elementos práticos em espaços acadêmicos, revistas e experiências em comunicação. Determinados autores que buscaram tratar essa questão, o fizeram a partir da análise das teorias do desenvolvimento no século XX, no pós-Segunda Guerra Mundial, e seu impacto na formulação de políticas e programas comunicacionais por organismos internacionais e Estados, no que ficou também conhecido como “comunicação para o desenvolvimento”, para assim identificar o que viria posteriormente com a ideia emergente de “comunicação para o *Buen Vivir*” (COGO, OLIVEIRA, LOPES, 2013; PERUZZO, VOLPATO, 2018).

Dessa forma, na “comunicação para o desenvolvimento” fazia-se uso da comunicação sob a ideia de que a informação e o conhecimento são elementos importantes para a expansão do desenvolvimento capitalista no “Terceiro Mundo”, sobrepondo-se às tradições e culturas locais. Ou seja, visava-se o fortalecimento do capitalismo, suas empresas e seus produtos em novos mercados consumidores, bem como manter a influência dos países “mais desenvolvidos” em direção aos “subdesenvolvidos”.

Neste sentido, algumas teorias tentam dar conta da comunicação em uma perspectiva funcional, pensado basicamente a partir de um modelo simplista e linear centrado em aspectos como fonte, codificador ou transmissor, mensagem, canal, decodificador ou receptor e destinatário. (PERUZZO; VOLPATO, 2018, p. 11)

Nesse percurso, surgiram formulações para compreender e propor outro paradigma no que tange a ideia de desenvolvimento, como a Teoria Marxista da Dependência (que tem como nomes importantes e pioneiros em sua formulação Ruy Mauro Marini, Vania Bambirra e Theotônio dos Santos) e a de “um outro desenvolvimento” (articulado pela Fundação Dag Hammarskjöld, na Suécia). “Desenvolvimento participativo, sustentável, humano, local, comunitário, integrado, dentre outros, foram alguns dos termos e vertentes que surgiram, trazendo novas propostas, numa tentativa de se promover um desenvolvimento de fato equitativo” (PERUZZO; VOLPATO, 2018, p. 6).

No campo da comunicação, as críticas ao modelo difusionista e de “comunicação para o desenvolvimento” também surgiram com pensadores como Luis Ramiro Beltrán e Paulo Freire, que trouxeram propostas de comunicação horizontal e dialógica, além de Mario Kaplún e seu trabalho de comunicação em comunidades tendo como base a “ação-reflexão-ação”; ou seja, estas proposições preveem modelos mais participativos e preocupados com o processo e não somente com o resultado final.

Aos poucos, portanto, acontece um processo de ressignificação – ou, ao menos, de ampliação de significado – da palavra “desenvolvimento”, relacionando-o à comunicação. E, para se buscar essa diferenciação, novas expressões também são usadas na expectativa de se melhor refletir uma proposta sustentável e apoiada no ser-humano, tais como, comunicação para a mudança social, comunicação para a cidadania, comunicação participativa, comunicação para a transformação social. A partir da concepção deste “outro desenvolvimento”, o modelo participativo incorpora noções como horizontalidade e democratização de acesso, no sentido da liberdade de comunicação e do direito à comunicação enquanto poder de comunicar. (PERUZZO; VOLPATO, 2018, p.13).

Ainda assim, essa superação do sentido da comunicação “para o desenvolvimento” passando à comunicação “para a transformação social” ou “para a cidadania” não parece dar conta das mudanças paradigmáticas a que se propõem as construções em torno do *Buen Vivir*.

Nesse sentido, foram levantadas algumas críticas por Alejandro Barranquero (2012a), como a da persistência da visão instrumental da comunicação, no sentido de seu uso “para” algum objetivo, e a ideia ainda mantida de desenvolvimento e transformação como “progresso” ou “evolução”, não levando em consideração outros seres e culturas.

“A comunicação na perspectiva do buen vivir traz, portanto, uma oportunidade de se repensar concepções” (PERUZZO; VOLPATO, 2018, p. 17), como “parte integrante e constitutiva de uma nova cosmovisão que ajude a integrar as dimensões da cultura e da natureza” (BARRANQUERO, 2012b, p. 9).

No entanto, ainda que em construção, essa inter-relação entre comunicação e *Buen Vivir* requer um maior percurso prático para que se possa se compreender melhor como esse postulado passa a ser vivenciado, apropriado e refletido por comunidades, comunicadores e comunicadoras, e também em nível societário amplo, como um novo paradigma.

Em termos teóricos, estão presentes na filosofia do *Buen Vivir* necessidades de mudanças estruturais no sistema, mas, também, são necessárias a esta filosofia encaminhamentos práticos para que esta transformação possa se efetivar. Se as mudanças permanecerem apenas ligadas às lutas ofensivas e defensivas pela comunicação de caráter mais micro e comunitário, isso parece relevante, mas não suficiente. É preciso que haja uma transformação maior em termos de políticas de comunicação e de estrutura social do sistema capitalista, que amplie o aprendizado micro de participação gerado pelos movimentos sociais populares para experiências de comunicação macro que possam ser experimentadas e acessadas pela sociedade de forma plural. (COGO; OLIVEIRA; LOPES, 2013, p. 15-16).

O anseio por racionalizar essa nova prática comunicacional do *Buen Vivir* merece atenção e cuidado para que não se leve a um bloqueio de visualização e compreensão dos caminhos que já se vislumbram, e que são de grande importância. Vale lembrar uma entrevista do vice-presidente boliviano e especialista em cosmovisão andina, David Choquehuanca, na qual ele comenta os postulados para o *Vivir Bien*, entre eles, o “saber comunicar-se”, que tem como base a comunicação das comunidades ancestrais e o diálogo: “Temos que nos comunicar como antes nossos pais faziam, e resolviam os problemas sem que se apresentassem conflitos, isso nós não devemos perder”<sup>9</sup> (tradução livre).

O pensador boliviano Adalid Contreras Baspineiro, sociólogo, comunicólogo e ex-secretário-geral da Comunidad Andina (CAN), retoma mais um ponto que fundamenta essa nova perspectiva comunicacional, dentro de sua reconstrução de sentidos:

Agora, bem, se o *Vivir Bien/Buen Vivir* é uma resposta civilizatória à desumanização capitalista - (neo)colonial, a Comunicação para o *Vivir bien/Buen Vivir* é a resposta à funcionalização dos processos de comunicação a estes sistemas, posto que não é possível uma nova era com sistemas sequestrados por um sentido empresarial-utilitário da liberdade de expressão, ou com meios que deixam opacas as identidades múltiplas, exaltam o individualismo, fomentam o culto ao medo, e banalizam a vida, acobertando midiaticamente golpes brancos e duros à democracia

(...)

Para construir a sociedade do *Vivir Bien/Buen Vivir*, necessitamos de uma comunicação que construa a cultura da convivência. Necessitamos potencializar a comunicação popular que desenvolva batalhas pelos significados de um mundo justo, inclusivo, promovendo as expressões dos povos que rompem o

---

<sup>9</sup> No original em espanhol: “Tenemos que comunicarnos como antes nuestros padres lo hacían, y resolvían los problemas sin que se presenten conflictos, eso no lo tenemos que perder”. Entrevista originalmente publicado no “La Razón”, em 2010. Disponível em: <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=100068>. Acesso em: 12 de setembro de 2020.

silêncio, que se visibilizam a partir de suas próprias identidades e irrompem com sua palavra interpeladora, impugnadora, contra-hegemônica e expressiva da construção de uma nova sociedade.<sup>10</sup> (tradução livre)

Assim, o *Buen Vivir* inscreve-se dentro de perspectivas comunicacionais populares, alternativas e comunitárias que buscam romper com o modelo de sociedade capitalista e suas expressões comunicacionais, alicerçados em construção com e a partir do povo, e ainda trata de abordar novos elementos e valores que extrapolam a relação entre seres humanos, trazendo grande peso a todo o ecossistema.

### A aposta da ALER pelo *Buen Vivir*

Uma das principais experiências de comunicação que reivindica o *Buen Vivir* como eixo político de sua construção é a Associação Latino-Americana de Educação e Comunicação Popular (ALER), que traz esse conceito em sua visão estratégica:

A ALER é uma Rede de comunicação educativa e popular que promove a participação, a inclusão, a convivência harmônica com a natureza; acompanha os povos na conquista de direitos; trabalha pela democratização da comunicação e participa na construção de processos para o *Buen Vivir*.<sup>11</sup> (tradução livre)

---

<sup>10</sup> No original em espanhol: “Ahora bien, si el Vivir Bien/Buen Vivir es una respuesta civilizatoria a la deshumanización capitalista - (neo)colonial, la Comunicación para el Vivir Bien/Buen Vivir es la respuesta a la funcionalización de los procesos de comunicación a estos sistemas, puesto que no es posible una nueva era con sistemas secuestrados por un sentido empresarial-utilitario de la libertad de expresión, o con medios que opacan las identidades múltiples, exaltan el individualismo, fomentan el culto al miedo, y banalizan la vida socapando mediáticamente golpes blandos y duros a la democracia.

(...)

Para construir la sociedad del Vivir Bien/Buen Vivir necesitamos una comunicación que construya la cultura de la convivencia. Necesitamos potenciar la comunicación popular que desarrolla batallas por las significaciones de un mundo justo, incluyente, promoviendo las expresiones de los pueblos que rompen sus silencios, que se visibilizan desde sus propias identidades, e irrumpen con su palabra interpeladora, impugnadora, contrahegemónica y expresiva de la construcción de una nueva sociedad”. Artigo “La comunicación y el paradigma del Vivir Bien/Buen Vivir”, publicado no portal América Latina en Movimiento (ALAI). Disponível em: <https://www.alainet.org/es/articulo/178010>. Acesso em: 12 de setembro de 2020.

<sup>11</sup> No original em espanhol: “ALER es una Red de comunicación educativa popular que promueve la participación, la inclusión, la convivencia armónica con la naturaleza; acompaña a los pueblos en la conquista de derechos; trabaja por la democratización de la comunicación y participa en la construcción de procesos para el Buen Vivir”. Disponível em: <https://www.aler.org/node/1>. Acesso em: 12 de setembro de 2020.

Criada em 1972, a ALER articula em rede mais de 100 rádios populares da América Latina e do Caribe, promovendo o encontro, a formação e a produção/distribuição de conteúdos para e entre emissoras da região.

O *Buen Vivir* ganha espaço dentro da articulação a partir de 2009, com a inspiração dos debates constitucionais do Equador e da Bolívia. Neste sentido, surge o processo chamado ALER 2020, que foi construído tendo como base o desafio de propor às suas associadas “repensar o ‘para que’ da comunicação e da educação popular hoje e, em que medida, elas podem ser relevantes para contribuir na construção de comunidades felizes, com modos de vida sustentáveis, se afastando do mandato do ‘desenvolvimento’”<sup>12</sup> (CABRAL, 2013, p. 123, tradução livre).

A iniciativa surge em meio a uma crise identitária, de articulação e de participação em diversos níveis no interior da Associação. Assim, a busca por debater com as rádios esse conceito que inspira novas relações e uma maneira de ser e participar no mundo fez com que se levasse adiante essa empreitada. O ponto de partida foi a avaliação de que o modelo de desenvolvimento capitalista se encontra em uma profunda crise no início do século XXI, “por isso estas são épocas de criatividade e de buscas por formas de vida que não estejam centradas no consumo e na exploração indiscriminada dos recursos do planeta”. Seguindo esse percurso e baseando-se na comunicação e na educação para a vida, foi feita a pergunta: “Qual é o lugar e o compromisso que assumem as rádios como projetos político-comunicacionais nessa construção?”<sup>13</sup> (Ibid, p. 126, tradução livre).

Um longo processo metodológico e formativo, com a mobilização das rádios e dos comunicadores por meio de facilitadores e da Junta Diretiva da ALER, foi realizado em 12 países com 75 rádios. A finalização do projeto ALER 2020 ocorreu com a apresentação da síntese final na Assembleia de 40 anos da Associação, celebrada em Quito, Equador, junto com o “Encontro Latino-americano de Comunicação Popular e *Buen Vivir*”.

---

<sup>12</sup> No original em espanhol: “repensar el ‘para qué’ de la comunicación y la educación popular hoy y en qué medida puede ser relevante para contribuir a la construcción de comunidades felices, con modos de vida sostenibles, apartándose del mandato de ‘desarrollo’”.

<sup>13</sup> No original em espanhol: “por eso éstas son épocas de creatividad y búsquedas de formas de vida que no estén centradas en el consumo y la explotación indiscriminada de los recursos del planeta”. “¿Cuál es el lugar y el compromiso que asumen las radios como proyectos político-comunicacionales en esa construcción?”.

Como acúmulo apresentado, está o seguinte relato da docente da Universidade Nacional de Comahue e parte da equipe de formadores do Fórum Argentino de Rádios Comunitárias (FARCO) e da ALER, María Cristina Cabral:

A comunicação e a educação que contribuam para a descolonização, a construção a partir de um paradigma vinculado ao *Buen Vivir*, pode contribuir na geração de outras relações – sociais, políticas, culturais, éticas –, que lhes outorgam um poder diferente aos povos latino-americanos. Para estar correspondendo à visão contextual de mundo – biocêntrica –, certos compromissos emergem como relevantes para a ALER e as organizações de educação e comunicação:

- rechaçar a universalidade da ideia de desenvolvimento;
  - eliminar la dicotomia superior-inferior na educação e na comunicação;
  - realizar a descolonização da educação e da comunicação na América Latina;
  - assumir o contexto como referência, a interação como chave e a ética como garantidora da sustentabilidade de nossos modos de vida;
  - privilegiar as perguntas locais sobre as respostas universais;
  - preferir as histórias locais sobre os desenhos globais como fonte de inspiração;
  - aprender inventando a partir do local (para não perecer imitando o global).<sup>14</sup>
- (2013, p. 127, tradução livre)

A partir disso, foram reformuladas a missão, a visão, os valores e os princípios da ALER, que passaram a ser a base de sua orientação política e editorial junto às suas associadas até o presente momento, como salientado no início desta parte do artigo.

Como práticas comunicacionais e culturais constantes na Associação, há a realização de espaços de formação e publicação de livros e documentos sobre o tema, além da

---

<sup>14</sup> No original em espanhol: “La comunicación y la educación que contribuya a la descolonización, a la construcción desde un paradigma vinculado al Buen Vivir, puede aportar a generar otras relaciones – sociales, políticas, culturales, éticas– que les otorguen un poder diferente a los pueblos latinoamericanos. Para estar en correspondencia con la visión contextual de mundo –biocéntrica–, ciertos compromisos emergen como relevantes para ALER y las organizaciones de educación y comunicación:

- rechazar la universalidad de la idea de desarrollo;
- eliminar la dicotomía superior-inferior en la educación y la comunicación;
- realizar la descolonización de la educación y la comunicación en América Latina;
- asumir el contexto como referencia, la interacción como clave y la ética como garante de la sostenibilidad de nuestros modos de vida;
- privilegiar las preguntas locales sobre las respuestas universales;
- preferir las historias locales sobre los diseños globales como fuente de inspiración;
- aprender inventando desde lo local (para no perecer imitando desde lo global).”

transversalidade da linha editorial das produções radiofônicas feitas pelas rádios associadas e também pela secretaria operativa da ALER<sup>15</sup>.

Como uma visão de mundo que orienta o sentido geral da política e das ações, assim é entido o *Buen Vivir* dentro da Associação, como explica Pepe Frutos<sup>16</sup>, do Fórum Argentino de Rádios Comunitárias (FARCO) e um dos articuladores de programação da ALER, em uma entrevista concedida a este artigo.

O *Buen Vivir* é, institucionalmente, a visão da ALER, a aposta, a alternativa. Nesse sentido, eu vejo que também há diferenças, que às vezes conseguindo mais ou outras vezes menos, tratamos de sempre oferecer alternativas, oferecer esperança. Se estamos criticando o neoliberalismo, qual a saída. Se estamos criticando o extrativismo, se não é ele, o que é.<sup>17</sup> (FRUTOS, informação verbal, tradução livre)

Sem respostas taxativas ou manuais sobre como fazer a Comunicação para o *Buen Vivir*, a ALER trabalha com a perspectiva de que essa visão de mundo é um guia, uma aspiração a se seguir, fruto de um entendimento de outro modelo de sociedade a se construir e sendo as práticas em comunicação como parte desse processo. Essa é a leitura compreendida, inclusive, por comunicadores no interior da Associação, como Hugo Ramírez<sup>18</sup>, atual coordenador-geral da rede:

A opção pelo *Buen Vivir* tem a ver com tudo o que tem sido o questionamento que já estávamos fazendo a tudo o que significa o progresso e o desenvolvimento. (...) Porque com este refrão, a pobreza continuou, as condições de desigualdade na América Latina continuaram, e as crises que estavam ocorrendo tinham sua correlação com esta maneira de ver o mundo. (...) É por isso que a bússola que guia este outro mundo em construção, porque não tínhamos e ainda não temos clareza sobre ele, (...) mas esse *Buen Vivir* tinha que acontecer, dedicar-se a sua construção, tínhamos que nos nutrir por ele. Então, como eu iria fazer, a partir da comunicação, ao menos começar a ler a realidade, na prática concreta, quais são os sinais que poderiam dar clareza a

<sup>15</sup> Para mais produções da ALER que têm como eixo o *Buen Viver*, há a página: <https://www.aler.org/buen-vivir>. Acesso em 18 de setembro de 2020.

<sup>16</sup> Pepe Frutos, comunicador popular de Rosário (Argentina), que atua no Centro de Produção da FARCO, concedeu essa entrevista em 26 de novembro de 2018.

<sup>17</sup> No original em espanhol: "El *Buen Vivir* es institucionalmente la mirada de ALER, la apuesta, la alternativa. Por ahí hay otra cosa, es que a veces logrando lo más o logrando menos otras veces, tratamos de siempre ofrecer alternativas, ofrecer esperanza. Si estamos criticando el neoliberalismo, que saldrá. Si estamos criticando el extractivismo, si no él, qué."

<sup>18</sup> Hugo Ramírez, comunicador popular peruano que, desde 2016, é coordenador-geral da ALER, com sede em Quito (Equador), concedeu essa entrevista em 13 de janeiro de 2020.

esta aspiração de construir um outro mundo, um outro modo civilizatório.<sup>19</sup>  
(tradução livre)

## Considerações finais

Como um conceito e práticas vindas a partir do Estado, de comunidades, de projetos de comunicação e cultura, entre outros, o *Buen Vivir/Vivir Bien* inaugura um novo tempo no pensamento latino-americano para os setores populares e as organizações sociais, e dentro disso, para os meios de comunicação popular, alternativa e comunitária. Mas mais do que compreendê-lo em sua origem, seu percurso e sua essência, desafiador é praticá-lo, para além de defendê-lo.

Entre as expressões discursivas, inclusive constitucionais, buscou-se trazer neste artigo a reconstrução de algumas ideias em torno do *Vivir Bien*, finalizando com a experiência de um processo comunicacional que decidiu se repensar e se reconfigurar a partir deste conceito, como é a Associação Latino-Americana de Educação e Comunicação Popular (ALER).

A continuidade, os avanços e as problemáticas do processo de construir práticas de um outro desenvolvimento em sociedade é uma aposta oportuna para momentos de ruptura e mudanças de paradigma, como o vivenciado nestes últimos anos, em face à pandemia da covid-19, que coloca em xeque as desigualdades no interior de cada país, e entre estes, e nas relações entre Estados, sociedade e natureza em uma escala global.

## Referências

BARRANQUERO, Alejandro. **De la comunicación para el desarrollo a la justicia ecosocial y el buen vivir**. CIC – Cuadernos de Información y Comunicación. v. 17, p. 63-78. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2012a. Disponível em: <http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/39258/37841>. Acesso em: 12 de setembro de 2020.

---

<sup>19</sup> No original em espanhol: “La opción por el Buen Vivir tiene que ver con todo lo que ha sido el cuestionamiento que ya nos hacíamos a todo lo que significa el tema del progreso y del desarrollo. (...) Porque con este estribillo (refrão) la pobreza continuaba, las condiciones de desigualdad en América Latina seguían siendo, y las crisis que se iban dando tenían su correlato con todo este modo de ver el mundo. (...) Por eso es que el sombrero que guía ese otro mundo en construcción, porque tampoco se tenía y todavía no se tiene claridad sobre el particular, (...) pero a ese Buen Vivir tenía que darse, dedicarse, tenía que alimentarse de ello. Entonces cómo le iba a hacer, desde la comunicación, por lo menos empezar a leer en la realidad, en la práctica concreta, cuales son sus signos que pudieran ir dándole precisamente claridad a esa aspiración de construir otro mundo, otro modo civilizatorio.”



BARRANQUERO, Alejandro. **Comunicación participativa y dominios del Vivir Bien. Una aproximación conceptual.** Actas – IV CONGRESO INTERNACIONAL LATINA DE COMUNICACIÓN SOCIAL / IV CILCS. Universidad de La Laguna, dezembro 2012b. Disponível em: [http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012\\_actas/203\\_Barranquero.pdf](http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012_actas/203_Barranquero.pdf). Acesso em: 12 de setembro de 2020.

CABRAL, María Cristina. **Aportes de la comunicación popular al Buen Vivir.** Revista Tram[p]as de la comunicación y la cultura. Nº 75 / diciembre de 2013. PoP: 126-130. Argentina: Facultad de Periodismo y Comunicación Social / UNLP, 2013.

COGO, Denise; OLIVEIRA, Catarina Teresa Farias de; LOPES, Daniel Barsi. **Buen Vivir e a Crítica ao Desenvolvimento: reposicionando a comunicação e a cidadania no pensamento latino-americano.** XXII Encontro Anual da Compós, Universidade Federal da Bahia, Salvador, junho 2013.

MINISTERIO DE CULTURAS DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA. Prólogo. In.: **Transiciones Hacia el Vivir Bien - o la construcción de un nuevo proyecto político en el Estado Plurinacional de Bolivia.** ARKONADA, Katu (Coord.). Bolívia: Ministério de Culturas, 2012. Disponível em: <http://www.rebellion.org/docs/161862.pdf>. Acesso em: 12 de setembro de 2020.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling; VOLPATO, Marcelo de Oliveira. **Comunicação para o Desenvolvimento: aspectos teóricos desde a modernização ao “buen vivir”.** XXVII Encontro Anual da Compós, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, junho de 2018.

SCHAVELZON, Salvador. **Plurinacionalidad y Vivir Bien/Buen Vivir - Dos conceptos leídos desde Bolivia y Ecuador post-constituyentes.** Quito: Clacso/Abya Yala, 2014. Disponível em: [https://www.clacso.org.ar/libreria-latinoamericana/contador/sumar\\_pdf.php?id\\_libro=1073](https://www.clacso.org.ar/libreria-latinoamericana/contador/sumar_pdf.php?id_libro=1073). Acesso em: 12 de setembro de 2020.

SILVA JÚNIOR, Gladstone Leonel da. **A Constituição Do Estado Plurinacional Da Bolívia Como Um Instrumento De Hegemonia De Um Projeto Popular Na América Latina.** 345 f. Tese (Doutorado no Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Direito) – Universidade Nacional de Brasília (UnB). Brasília, 2014. Disponível em: [http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/18029/1/2014\\_GladstoneLeoneldaSilvaJunior.pdf](http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/18029/1/2014_GladstoneLeoneldaSilvaJunior.pdf). Acesso em: 12 de setembro de 2020.

ZAFFARONI, Eugênio Raúl. **La naturaleza como persona: pachamama y gaia.** In: VARGAS, Chivi; MOISES, Idón (Coords.) Bolivia – nueva constitucion política del Estado: Conceptos elementales para sudesarrollo normativo, La Paz, 2010.

RIF

entre

entrevista

entrevi

evista

# RIF Entrevista

DOI - 10.5212/RIF.v.19.i42.0015

## “O cordel é uma mídia alternativa, popular e contra-hegemônica”, defende Alberto Perdigão

Sérgio Luiz Gadini<sup>1</sup>



Há mais de um século, pesquisadores e estudiosos buscam compreender as características e a riqueza que a literatura de cordel registra no Brasil. Mais que um conceito, trata-se de reconhecer a poesia criativa e ousada que comunicadores populares imprimem em seus versos, na maioria dos casos com circulação modesta e com produção artesanal, mas que encantam pela maestria, combinação semântica e “métrica perfeita”, como se diz na área.

---

<sup>1</sup> Professor Dr. do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação (Mestrado) em Jornalismo, coordenador do grupo de pesquisa Jornalismo Cultural e Folkcomunicação. Correio eletrônico: [sergiogadini@yahoo.com.br](mailto:sergiogadini@yahoo.com.br)

Para explicar e discutir o assunto, a entrevista da edição é com o jornalista, escritor e investigador da cultura popular Alberto Perdigão.

Graduado em Comunicação Social pela Universidade Federal do Ceará (1986) e mestre em Políticas Públicas pela Universidade Estadual do Ceará (2009), Alberto Magno Perdigão Silveira trabalha em assessoria de mídia, com experiência na área educacional, trabalhou com telejornalismo, comunicação pública e participa de projetos de comunicação popular.

Escritor e pesquisador inquieto, Alberto é autor de dois livros e de inúmeros artigos, ensaios e capítulos em publicações editoriais. Em 2010, Alberto publicou, pela Editora da Universidade Estadual do Ceará (EdUECE), *Comunicação Pública e TV Digital: interatividade ou imperatividade na TV pública*. E, em 2014, lançou *Comunicação Pública e Inclusão Política: reflexões sobre cidadania ativa e democracia participativa*, pela RDS Editora (Fortaleza).

A entrevista é uma agradável conversa de aproximadamente 60 minutos, em uma noite de sexta-feira, ao final de incontáveis trabalhos remotos, que consomem dias, semanas e meses à espera pela prometida vacina, que pode reduzir as centenas de milhares de mortes de vítimas, que pagam caro pela opção governista de retardar a compra de vacinas para combater a pandemia no Brasil. A literatura regional, como a do Nordeste, é uma “literatura decolonial, que inverte os fluxos do controle do saber no País e no mundo”, defende Perdigão, ao destacar a riqueza, pluralidade e contribuição do cordel em tempos de globalização da desigualdade social.

**Revista Internacional de Folkcomunicação (RIF): Ao te agradecer pela disposição e tempo, gostaria que explicasse aqui o que caracteriza a literatura de cordel? Ou, também, o que se pode definir como literatura de cordel no Brasil?**

**Alberto Perdigão (AP):** Agradeço e espero contribuir não só com a formação mas, também e sobretudo, com o debate. O cordel é, para literatura, um tema relativamente invisibilizado, de uma maneira geral, na academia, no mercado e na sociedade. E isso tem uma razão muito simples, clara, que é uma característica do cordel, uma característica fundante, essencial do cordel, que é a de ser uma literatura alternativa. O cordel sempre foi uma mídia alternativa e, quando falo do cordel, falo do cordel impresso, do folheto. Mas posso estender a análise até um tempo pregresso em que essa narrativa era manuscrita, e até um pouco antes, quando era simplesmente uma tradição oral. O cordel, desde a oralidade, é uma literatura alternativa. Ela

é alternativa, agora pensando no folheto, que esse tem uma história recente de 130 anos, 140 anos mais ou menos. O cordel como folheto, o cordel como mídia impressa, ele se estabelece como uma alternativa à mídia livro, que era uma mídia elitista, e à mídia jornal, que também era elitista - mídias que tinham suas funções e características distintas, mas que, na origem, eram semelhantes. O cordel surge como uma mídia alternativa e vai, com o tempo, firmando-se também como mídia popular. O conceito de popular que se agrega aos folhetos ou à literatura de cordel é um conceito perigoso e precisa ser compreendido. Esse popular que se agrega, pelo menos aos autores que estudam o assunto, remete a uma literatura que é feita por um tipo popular e para um popular, para alguém semelhante a quem escreveu, ou seja, que tem uma relação e um diálogo horizontalizados. E mais que isso: o cordel é feito com o popular e é um reflexo de uma subjetividade e de uma identidade populares. Ou seja, não há um poeta popular que escreve para um leitor popular. Existe um poeta popular que escreve com o leitor popular ou existe um leitor popular que lê o mundo com o poeta popular. E, finalmente, ao longo do tempo, o folheto, esse tipo de literatura, vai se formando e se estabelecendo como uma literatura de resistência. Vale um parêntesis, aqui, sobre o conceito e semântica de resistência. Essa resistência não é simplesmente uma resistência cultural ou que remete a um poeta que tira dinheiro do próprio bolso para imprimir o cordel, em um plano romântico e até diletante. O resistente, neste caso, deve ser traduzido como contra-hegemônico. Essa contra-hegemonia que a literatura de cordel exerce, que o folheto de cordel exerce, ela é consciente. É uma narrativa que se contrapõe à narrativa das elites. Prefiro pensar, mais concretamente, no folheto de cordel, pois a literatura de cordel parece assim uma coisa meio efêmera, etérea e que não se consegue pegar. Eu não leio a literatura de cordel, mas o folheto de cordel. Ao discutir em um campo pragmático e concreto, gostaria que as pessoas pensassem no folheto de cordel como dispositivo midiático alternativo, popular e contra-hegemônico ou resistente.

**RIF: Vale, aqui, um diálogo com a abordagem que Luiz Beltrão faz do cordel como gênero ou variação de um gênero discursivo jornalístico, porque ele informa e fala da atualidade...**

**AP:** O Cordel é mais efetivo, mais visível, como mídia ou narrativa jornalística do que o é como narrativa de ficção. A literatura de ficção do cordel é mais ou menos uma literatura que já existia desde os rapsodos gregos, que passaram, depois, pela literatura oral medieval, que foi

ganhando forma e concretude em folhetos, depois da invenção da imprensa, até chegar ao Brasil, no século XIX, e se tornar uma prática comum ou relativamente comum com os folhetos. As histórias dos folhetos da virada do século, lá do início do cordel impresso, são histórias que já existiam e, depois, as outras histórias, que as sucederam, com personagens do nosso tempo e do nosso lugar, de alguma maneira, já existiam no imaginário popular. Claro que existe muita criatividade e originalidade, mas quando você estuda, entende que o herói nordestino pode ser uma versão do herói das histórias de cavalaria e o algoz, o vilão do romance, por exemplo, pode ser o fazendeiro oligárquico. Do ponto de vista estrutural, a criação ficcional e tradicional tem um certo limite, que não é nenhum pecado ou demérito, mas é um limite. Agora, o folheto e a narrativa de cordel que se dedicam à notícia, a temas e fatos, que poderiam estar numa mídia informativa convencional tradicional, apresentam um amplo espectro de temas e possibilidades inteiramente novas como são novas as notícias. E aí você encontra desde tratados, teorias, grandes teses da Ciência Política, por exemplo, até o fato que aconteceu hoje, por exemplo, de manhã, e o poeta-repórter, com a sua agilidade, consegue, à noite, colocar na rua, mais ou menos com a agilidade de um diário impresso. É isso que impressiona no cordel informativo, que pode ser chamado, normalmente, de cordel de acontecidos, cordel de circunstância, cordel de ocasião ou cordel de notícia. Esse folheto se diferencia pela capacidade de representar a realidade. Não que a ficção não seja importante, pois é um contrapeso, um diálogo, uma interface que vai legitimando a realidade representada. E é impressionante a capacidade que o cordel tem de narrar a realidade do cotidiano, o mundo vivido.

**RIF: Você diz que eu o cordel é invisibilizado, seja pelo meio acadêmico, mercado editorial e até pelos movimentos sociais. Contextualize essa avaliação, por gentileza!**

**AP:** É preciso contextualizar. Melhor dizer relativamente invisibilizado. Em termos comparativos, o cordel, apesar de ter um modelo capitalista de produção, muito rudimentar e quase artesanal, é um ofício, praticamente. Ele não é uma mídia de massa, ele não envolve grandes volumes de investimento e, portanto, não oferece muitas possibilidades de lucro. Isso torna o cordel uma espécie de patinho feio neste modelo editorial capitalista de que pouco se pode fugir, porque estamos, em grande medida, organizados como mercado e sociedade sob esse modelo. Então, se houvesse condição de o cordel se tornar um produto lucrativo, ele

estaria em todos os pontos de venda, em postos de conveniência, supermercados, livrarias e nas bancas de revista. Mas não é assim que funciona, pois aquela margenzinha de lucro de cada cordel é ínfima e não move a produção, não move o negócio como se movem as mídias convencionais tradicionais e também o livro. Quando o Cordel se torna um produto rentável, ele serve, por exemplo, de roteiro original para produções da indústria do entretenimento, é útil para um seriado televisivo ou filme, da Rede Globo, por exemplo, ou atende a outros interesses da indústria da cultura de massa. Essa impossibilidade que é do cordel, o fato de que não vai mudar para atender ao mercado, porque já existe para não atender ao mercado, dá a este tipo de literatura um grau de invisibilidade. Há outros produtos da nossa cultura que sofrem das mesmas limitações. O cordel não existe para tornar as pessoas da sua cadeia produtiva ricas. O cordel nunca existiu como produto de massa, e sempre existiu como alternativa. Agora, o valor que ele tem é diferente do preço que ele tem e da lucratividade que pode proporcionar.

O importante é entender que o cordel é invisibilizado, porque ele não é negócio e tampouco meio de lucro. Então, a condição que esse cenário aponta, inclusive, ajudou o cordel a se preservar, relativamente, porque também não precisa ser engessado, as coisas mudam, permanentemente, de lugar a cada novo tempo. Mas ajudou a preservar as linhas básicas e suas características essenciais, ao ponto de, hoje, o Estado brasileiro, por meio da Secretaria de Cultura (o extinto MinC), através do IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), atestar e incluir a literatura de cordel e a xilogravura como patrimônio da cultura imaterial do País. É um reconhecimento que inclui pouquíssimas manifestações culturais e, por isso, uma conquista, pois reconhece a literatura de cordel pela sua originalidade, entre as expressões artísticas que ajudam a nos definir como nação.

**RIF: O Cordel como panfleto, e também um produto político, é uma das marcas de décadas no Brasil, pois ajudou a construir personagens. Podes explicar o cordel como produção política e também jornalística na história recente do País?**

**AP:** A atividade jornalística é uma atividade política. Agora, é importante entender, quando se toca no assunto, que existe uma literatura de cordel. Existem pesquisadores que classificam o cordel em histórias de cavalaria, de donzelas; tem uma área que é a do cordel informativo, de acontecidos; e uma outra que é a das pelejas e cantorias. Muitas das pelejas são reais, de

violeiros ou rabequeiros, mas podem também ser simuladas, quer dizer, podem ser feitas no repente, na hora, na improvisação, ou construídas previamente. Elas também vão para o folheto e fazem esta outra área definida.

O setor do cordel de acontecidos é muito rico e interessante, pois os folhetos trazem todos os tipos de notícia ou as mesmas editorias que um jornal maior ou complexo pode trazer, e traz ainda outras notícias e temas que não ganham cobertura em um diário ou revista.

Agora, uma das características da mídia informativa cordel como notícia é que ela é relativamente mais livre, pois não tem um esquema ou departamento comercial, um controle de quem imprime e escreve para ditar como deve ser a narrativa. O *newsmaking* e o *gatekeeping* do cordel são de outra natureza que não capitalista, que não submetida aos ditames do mercado. Existe alguma inconveniência ou pressão? Sim. Pode haver até um cliente que encomenda um cordel com um certo teor e esse cordel pode ser até de propaganda política, mas é totalmente diferente a maneira como isso se organiza e chega na mão do leitor. O cordel é muito importante porque é uma alternativa e escolha. A palavra alternativa remete a uma opção. O *alter* é a outra coisa e, portanto, o cordel é mesmo essa outra coisa e é também uma outra coisa quando é folheto informativo.

Não há comparação na relativa liberdade do cordel, seja por ser mais jornalismo ou estar mais próximo do interesse público, o que é um dos fundamentos do jornalismo, seja por, paralelamente, ser mais democrático e horizontalizado, pois é feito não para agradar o leitor ou para agradar a um cliente. Ele é feito com o cliente leitor, como se fosse um reflexo do leitor. O leitor escolhe, consuetudinária e involuntariamente, o poeta-repórter e o poeta-repórter, que é parte daquele leitor, que é parte daquele universo do leitor, se responsabiliza por interpretar o mundo, decodificar as notícias da mídia tradicional e reinterpretar o mundo em versos.

No ensino de jornalismo, por exemplo, a gente tem uma luta para despertar no aluno aquele *start* do que é ou de como deveria ser uma narrativa jornalística. A gente ensina técnicas e vai às práticas com produções de laboratório. E isso é um trabalho difícil. Em geral, o melhor aluno de jornalismo sai com o texto relativamente pobre ou limitado do curso.

Já o poeta-repórter, ou seja, o poeta que se dedica a escrever narrativas jornalísticas, ele não só faz uma notícia perfeita do ponto de vista do atendimento, por exemplo, das seis



perguntas do *lead*, da pirâmide invertida indicada por Harold Lasswell; ele não só segue as regras básicas do contraditório e de ouvir várias versões, mas apresenta perspectivas diferentes na apresentação do fato ou do tema. É impressionante, mas isso é invisibilizado. Ele faz tudo com a métrica perfeita, com a rima perfeita e com uma coisa que o jornalismo não tem: a oração perfeita que, no cordel, é a concatenação (relação) de sentido não só de racionalidade, mas também entre um verso e outro, uma estrofe e outra. Ou seja, aqueles versos não vão surgindo só para rimar e nem são construídos só para manter a métrica. Não! Há uma narrativa perfeita, diz-se uma coisa primeiro para, em seguida, dizer a outra. Sinceramente, isso é fantástico e fico impressionado, pois tudo parece perfeito.

**RIF: Duas perguntas, antes, depois a gente volta com a narrativa. O que queres dizer que se refere ao cordel como metáfora? E, outra, explica melhor a técnica da produção do cordel (tamanho, orientação e que se entende por oração perfeita)?**

**AP:** Não sou um produtor de cordel e tenho um certo acanhamento em falar a respeito mas, basicamente, você encontra essa explicação em qualquer livro que trata de cordel, seja do folheto ou da poética. O Cordel é, basicamente, uma folha de papel A4, dobrado duas vezes de tal maneira que ali se produzem e se oferecem oito faces, equivalente a oito páginas. Normalmente, o cordel tem seis páginas com três estrofes, o que dá 18; mais a primeira e a última que têm apenas duas, resultando quatro. Ou seja, o cordel simples, digamos, ou para ser chamado de folheto de cordel, tem que ter oito páginas e 22 estrofes. Mas não é tão rígido assim, nunca foi. Há modelos com 16, 24, 32 páginas, que são múltiplos de oito. As estrofes podem ser organizadas por diferentes técnicas de métrica e de rima. Você pode ter as redondilhas, que são sextilhas ou septilhas, que podem trazer a tônica, por exemplo, na quinta sílaba poética do verso. Há alguns modelos. Tem o martelo agalopado, que é um outro modelo com dez versos na estrofe. Você tem uma poesia que tem um mote e outras que não tem mote. As rimas se organizam de diferentes formas. São muitas as possibilidades. Mas, uma vez que o poeta escolhe uma das possibilidades de métrica e de rima, ele segue do começo ao fim e, evidentemente, busca ali uma perfeição. A capa do folheto, muito comumente, vem com esse papel comum de livraria ou de escritório mesmo. Esse papel é exigência dos novos tempos em que a impressão é feita ou em uma máquina eletrônica, numa *offset*, ou em impressoras domésticas portáteis. Hoje, muitos poetas fazem tiragens pequenas

em vez de tirar um milheiro, que são 1000, ou tirar dois milheiros, como ocorria há algumas décadas. Eles vão tirando de 20 em 20, de 100 em 100, de 50 e 50, e vendendo aos poucos nos eventos ou pontos de venda. Mudou um pouco o jeito de fazer, mas antes, originalmente, o cordel era feito no papel jornal. Era impresso em papel jornal, semi-artesanalmente, naquelas máquinas ainda com os tipos de chumbo. Originalmente, o cordel surgiu assim. E a capa do cordel é de um papel um pouco melhor do que o conteúdo e onde se usam várias técnicas de fazer uma ilustração. Há os que preferem fazer a impressão da capa por meio da xilogravura, mas não é obrigatório, e não há nenhum demérito se não for uma xilogravura. Existem, inclusive, poetas que também são xilógrafos e fazem as próprias capas ou encomendam o taco, que é uma matriz feita em uma madeira específica, geralmente de umburana. Chama-se também de umburana de cheiro e, assim, do ponto de vista da forma, são algumas informações. Geralmente, a edição traz informações básicas na capa, como o ano, título, autor e a tiragem. Então, há um padrão sugerido para a capa. E a contracapa, muitas vezes, é usada para colocar a marca da editora, às vezes a marca da gráfica, para colocar algum anúncio, propaganda, ou para colocar o perfil do poeta.

Sobre a metáfora do cordel? É uma imagem, uma alegoria que uso, às vezes, ao me apresentar. Da mesma maneira que esses poetas fazem, abnegada e diletantemente, um trabalho hercúleo, que é escrever uma poesia, imprimir, distribuir em pontos de venda e, no final, ter uma remuneração que, evidentemente, não compensa, eu também imprimo - desculpe o trocadilho - um grande esforço para pesquisar literatura de cordel, pois não tenho nenhuma vinculação, patrocínio ou remuneração pelo trabalho. E, assim, a pesquisa é uma metáfora da própria literatura de cordel. Eu poderia sim participar de alguns editais, mas é sempre tão complicado, tira tanta energia e tempo, e vem sempre com tanta burocracia que é cruel. E para quem pesquisa, as bolsas estão cada vez mais raras e os editais não remuneram efetivamente o trabalho. A dedicação investigativa, portanto, é uma contribuição voluntária da minha parte.

**RIF: O Cordel como discurso político tem personagens na história do Brasil que ganharam expressão, visibilidade, inclusive mais pelo cordel do que pela mídia convencional. Outro aspecto, aqui, é que quando os governos não dão conta das questões centrais, as ausências do Estado também se tornam temas de críticas aos cordelistas. A**

**crítica, aí, é igualmente criativa. Podes relacionar perfis políticos e o cordel como expressão política, mais do que a informação jornalística informativa, também como crítica.**

**AP:** Oportuno lembrar que o cordel, como folheto e dispositivo midiático impresso, não é do Império. Há notícias de alguns precursores, de algumas edições isoladas e no final do Império, mas é um evento da República, praticamente. Tem 130 anos mais ou menos que os primeiros poetas estabeleceram um modelo de literatura, um gênero literário e um dispositivo midiático, que são o existente até hoje, com poucas mudanças. No período da República Velha, do período do getulismo (1930-45) à Ditadura Militar (1964-85) e, depois na redemocratização, agora podemos considerar também no bolsonarismo, o que se assiste é o seguinte: quando o governo é relativamente aberto em relação às expressões culturais, em relação ao jornalismo mesmo, o cordel passa a ser uma tribuna para falar e discutir temas políticos e sociais, ou seja, o poeta se sente mais à vontade para pautar as grandes questões.

Na Primeira República, quando os governos eram autoritários e não havia ainda uma separação grande entre o Brasil e o que depois veio a se chamar Nordeste, o cordel não tratava das grandes questões nacionais. O País, para os pioneiros, digamos assim, até a década de 1930, era o país Nordeste. Ainda não se chamava Nordeste e também não tínhamos uma relação íntima ou próxima com o Rio de Janeiro nem tínhamos com o Império, e não tivemos na República, mas apenas a partir dos anos 1930. No governo provisório (1930-34), no início do varguismo, houve um estímulo para que os cordéis tratassem da política nacional. Até então, o cordel de política era de uma política local – do prefeito, ao governador ou de algum coronel, que era líder político das oligarquias. Com o getulismo, a coisa fica relativamente fácil, embora não tivesse um fluxo de informação para nutrir com qualidade e quantidade o poeta-repórter, porque o rádio ainda era embrionário. O rádio ainda não era uma mídia comum no Nordeste, sobretudo no interior do Nordeste. Quando vem o Estado Novo, a mídia rádio já era uma realidade do País, mas a ditadura também era uma realidade. Então, o poeta-repórter não entrava em certos temas. Mas todas as vezes que ele pode entrar ele entrou, nas vezes em que ele se sentiu seguro e à vontade para entrar, ele entrou.

Agora, quando o governo se fechava às expressões, de uma maneira geral a expressão livre, quando havia uma censura ou o nome que se possa dar às restrições à expressão pública livre, havia também uma repressão lá na ponta, lá na feira. Não era proibido fazer cordel, mas era proibido vender o cordel, aquela mídia que fugia do controle da política. Então, “se eu não

posso vender, não vou escrever”. Ou, por outra, “eu vou escrever no máximo sobre alguma coisa que não seja da política, porque aí se vier uma bronca vai ser menor”. Quando chega a Ditadura Militar ocorre a mesma coisa, com muitas restrições. Não uma censura, mas uma autocensura, com certeza.

Nesses períodos, há uma tendência de que o cordel de política olhe os problemas mais locais do que federais, ou seja, se eu vou mexer com alguém, eu não vou mexer com o presidente. Eu vou mexer com o deputado, com o vereador ou com o prefeito. Esses eram escapes e aconteceram comumente, e a gente tem figuras maravilhosas mesmo, que desafiaram o poder, como o Cuíca de Santo Amaro, de Salvador, ou, em certa medida, o José Soares, no Recife. E, muitos, muitos outros. No governo Getúlio, por exemplo, o cordel era, mesmo no Estado Novo, favorável ao Getúlio, porque o governo olhou para o país pobre. Ele não só tentou promover a integração nacional, ou seja, dar aos brasileiros invisibilizados do Nordeste uma identidade, uma brasilidade ou identidade de brasileiro, o que causou um forte impacto no País, como ele também criou políticas públicas que favoreciam alguns segmentos inteiramente esquecidos, inclusive, segmentos do Nordeste.

Por isso, o Getúlio Vargas foi o “Pai dos Pobres”; ele não foi só o pai dos pobres do Rio Grande do Sul, mas o Pai dos Pobres do Brasil mais pobre. E Getúlio foi um fenômeno na literatura de cordel. Nem tanto como alvo de ataques, mas com reconhecimento por ter sido esse Pai dos Pobres. Muitos dos estudiosos das décadas 1970/1980 citam o fenômeno que foi o Getúlio na literatura de cordel ao lado do Padre Cícero e de Lampião. Ou seja, eram personagens que foram e, de alguma forma ainda hoje são, figuras importantes na historiografia da literatura de cordel e da mídia informativa. Um pouco antes de 2002, no final da década de 1990, acontece o fenômeno Lula. O Lula chega como uma perspectiva, já começa a ser retratado e, depois que assume a Presidência, ele passa a ser a figura mais retratada, disparadamente, na literatura de cordel, na mídia informativa folheto, como revela o livro do Crispiniano Neto *Lula na literatura de cordel* (Fortaleza: Editora Imerph, 2009).

#### **RIF: O Lula supera Getúlio Vargas em tematização de cordel no Brasil?**

**AP:** Supera, e muito! O estudo e coleta do Crispiniano Neto, que é um norte-rio-grandense, reúne, num livro de mais de 500 páginas, folhetos com poesias em cordel sobre o Lula. Se tivesse continuado a coleta, não sei ao certo, mas talvez já teria outro tomo na mesma

proporção. O livro fala desde o Lula metalúrgico, quando já havia cordel na luta sindical de São Bernardo do Campo (SP). O cordel foi uma mídia muito utilizada para fazer a panfletagem no trabalho em porta de fábrica. Ok, isso não é jornalismo, mas é propaganda. Sim, é informação e, portanto, vira história. São documentos históricos maravilhosos, contando a luta dos metalúrgicos no contexto de redemocratização do país. Depois, tem um momento em que o Lula aparece novamente na luta pela pelas Diretas Já (1984). Volta a aparecer na Assembleia Constituinte (1987) e o folheto de cordel lá, cobrindo o Lula, para usar um termo do jornalismo. Surge o Lula candidato (em 1989). E candidato de novo (1994 e 98). Aí, vem o Lula vitorioso (2002), o Lula presidente (2003), o Lula candidato de novo e o Lula reeleito (2006). No livro do Crispiniano Neto não há, com certeza, nem metade, imagino, dos folhetos que foram feitos para o Lula, e que continuam sendo feitos no Brasil. Você não vê esse volume, e nem essas abordagens, que estão em folhetos na mídia tradicional. É um belo material de pesquisa.

**RIF: E, para fechar, você já tem alguma percepção do atual governo federal no cordel?**

**AP:** Não, mas o Jair Bolsonaro também é muito retratado, digamos, ou interpretado na literatura de cordel. Não é um fenômeno como Lula, evidentemente. Não tenho uma pesquisa e tampouco uma coleção ou amostra, mas a gente tropeça com as produções. De uma maneira geral, pode-se dizer que o poeta-repórter é crítico, pois percebe exatamente o que acontece no País, o desastre que significou ao País eleger Jair Bolsonaro. E, interessante, posso citar aqui um folheto de cordel que eu acompanhei e, de certa forma, ajudei na produção. É de um agricultor, de Tabira, no interior de Pernambuco, o Felipe Amaral, que gostava de fazer poesias de malassombro, que são histórias de assombração, e passou a fazer poesia política. A partir do perfil do Felipe na internet, encontrei um exímio poeta, que, do ponto de vista da métrica, da rima e da oração, não tem nenhum tropeço, do começo ao fim. Então, escolhi dois poemas e conseguimos financiar a publicação *A besta-fera é quem manda no Brasil*. Besta-fera é um personagem que seria o satanás ou o demônio. A figura é muito usada no cordel quando se quer representar algo ruim ou uma maldição. Os poemas são interessantes e divertidos. O final da história é que, hoje, Felipe Amaral escreve compulsivamente sobre política e é um dos poetas-repórteres mais atuantes na observação, na interpretação e construção de narrativas a respeito do atual governo.

**RIF:** E como está tua atual produção, projetos e livros em planos de trabalho?

**AP:** A respeito dos projetos de trabalho, estou aqui devagar e sempre no livro *O Cordel como mídia informativa: um olhar sobre o folheto de política*. É um título provisório de um trabalho em que destaco o caráter do cordel como mídia alternativa, mídia popular e de resistência, e foca na destituição da presidenta Dilma Rousseff (PT). A pesquisa analisou os folhetos impressos que circularam durante o processo de destituição. Tomei só o estado do Ceará, onde eu moro e onde foram publicados oito folhetos. Com a amostra, fiz um levantamento da narrativa sobre a cobertura da destituição. Desses oito folhetos, sete deles trazem, claramente, a narrativa de que estava acontecendo um golpe. Um deles tem uma narrativa dúbia e escorregadia, pouco clara, e não enquadrei junto aos outros sete. O certo é que, na época em que a imprensa tradicional ajudou a construir o golpe de 2016, não havia na imprensa nenhum órgão que comprasse a versão de golpe ou que, simplesmente, cumprisse o papel do jornalismo de analisar as duas perspectivas sobre os fatos. Existia uma destituição e duas perspectivas de impeachment e de golpe. O único veículo que tentou fazer isso, que fez um arremedo e pequenas tentativas, foi a TV Brasil, que era uma emissora pública relativamente descolada do governo. Tem um segundo momento da mesma pesquisa em que entrevisto os poetas, para ver como eles percebem o universo onde se inseriram e a trajetória da destituição; o papel deles como poetas-repórteres; o papel do cordel como mídia informativa, comparativamente à mídia tradicional. E, por fim, paralelamente, está em projeto um livro que traz um conjunto de entrevistas com estudiosos do cordel como mídia informativa e que tem a intenção de homenagear o Joseph Luyten. Quem quiser apoiar, a pesquisa aceita e agradece.

RIF

ensaio

ensaio fotográfico

ensaio fotog

ráfico

# RIF Ensaio Fotográfico

DOI - 10.5212/RIF.v.19.i42.0016

## Casas e descasos. Resistência e indiferenças

*Fotos e texto: Pedro Serico Vaz Filho<sup>1</sup>*

O presente ensaio fotográfico traz como tema questões referentes às desigualdades urbanas, a partir de olhares sobre situações desrespeitosas à cidadania. Ao mesmo tempo acerca da resistência de quem não tem condições mínimas de sobrevivência, como a ausência de um teto, alimentação diária, viabilidade para higiene e saúde. Incluindo a falta de educação aos ambientes comuns, como nos transportes públicos, onde apelos educativos soam de autofalantes e são totalmente ignorados por quem joga lixo no chão, coloca pés em acentos, comete atos de assédios etc. Seria este um outro formato de pobreza, não exatamente de emprego e moradia, mas de consciência: “(...) a pobreza não é apenas uma categoria econômica, mas também uma categoria política acima de tudo. Estamos lidando com um problema social (SANTOS, 1978, p.10). A abordagem do geógrafo Milton Santos é sempre atual. Por referências como esta, de cidadania e educação, este ensaio fotográfico vem pela perspectiva de registros com câmera de aparelho celular. Dessa forma, para caracterizar originalidade ao fato destes instrumentos manuais de comunicação estarem presentes, e praticamente inseparáveis da população. Esta que tem a possibilidade de usar o mencionado instrumento móvel para realizar todos os tipos de registros em fotos, textos, áudios e vídeos.

Os celulares atuais são verdadeiros minicomputadores e, nesse contexto, os usuários estão pulando rapidamente dos serviços de voz para os de dados. Como resultado deste cenário e do aumento constante do consumo de telefone celular, há no mundo, atualmente, mais de sete bilhões de celulares em uso, quase se equiparando ao número de habitantes do planeta, segundo pesquisa da União Internacional de Telecomunicações (UIT) (JÚNIOR, 2015). Outro dado relevante é o papel que países emergentes como o Brasil desempenham neste cenário, pois ainda segundo a UIT, nestes estão a maioria dos celulares em uso em todo o planeta (SOARES e CÂMARA, 2017, p. 4).

---

<sup>1</sup> Pós-doutor pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, CJE-ECA/USP; Doutor em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo; Mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero; Pós-graduado em Teoria e Técnicas da Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero; Bacharel em Comunicação Social - habilitação em Jornalismo, pela FIAM. Correio eletrônico: pedrovaz@uol.br e professorpedrosericovazfilho@gmail.com



Os dados apresentados pelos estudos de Soares e Câmara provocam reflexões sobre o uso e volume de câmeras em celulares. Assim também pelas informações que por elas são recebidas, compartilhadas e comentadas, através de tais aparelhos, sobre situações diversas. Entre elas, cenas do cotidiano que podem causar admiração, seja pelo aspecto de indignação ou de apreciação de figuras, pessoas, espaços etc.

Em muitos casos notamos que imagens produzidas e enviadas via telefonia móvel, para meios de comunicação, passam a ter utilização e comentários que geram significativas audiências e acessos. Dependendo dos apelos temáticos são exibidas à exaustão em pautas como: o aumento de moradores de ruas, em espaços tidos como nobres. A exemplo da avenida Paulista, em São Paulo; áreas de preservação ambiental, ocupadas por construções irregulares, em terrenos com riscos de desabamentos e desmoronamentos. Entre assédios morais e sexuais e desrespeito à acessibilidade e às necessidades especiais. A contradição, no entanto, se fortalece, pois mesmo com tantos registros, campanhas, denúncias, publicações em mídias e legislações de defesa da cidadania e direitos humanos, os problemas sociais são crescentes, como é o aumento das aquisições de aparelhos celulares.

No presente trabalho, com imagens sobre situações sociais do cotidiano, as quais nos habituamos a ver e conviver, algumas fotos foram editadas para a preservação das pessoas envolvidas nos contextos.

**Foto 01: “Indiferença na Paulista”**

**(Avenida Paulista, 807, em frente Edifício Sir Winston Churchill - outubro/2021)**



Foto 02: “Porta de entrada”  
(Morro do Zaíra, cidade de Mauá, São Paulo – fevereiro/2016)



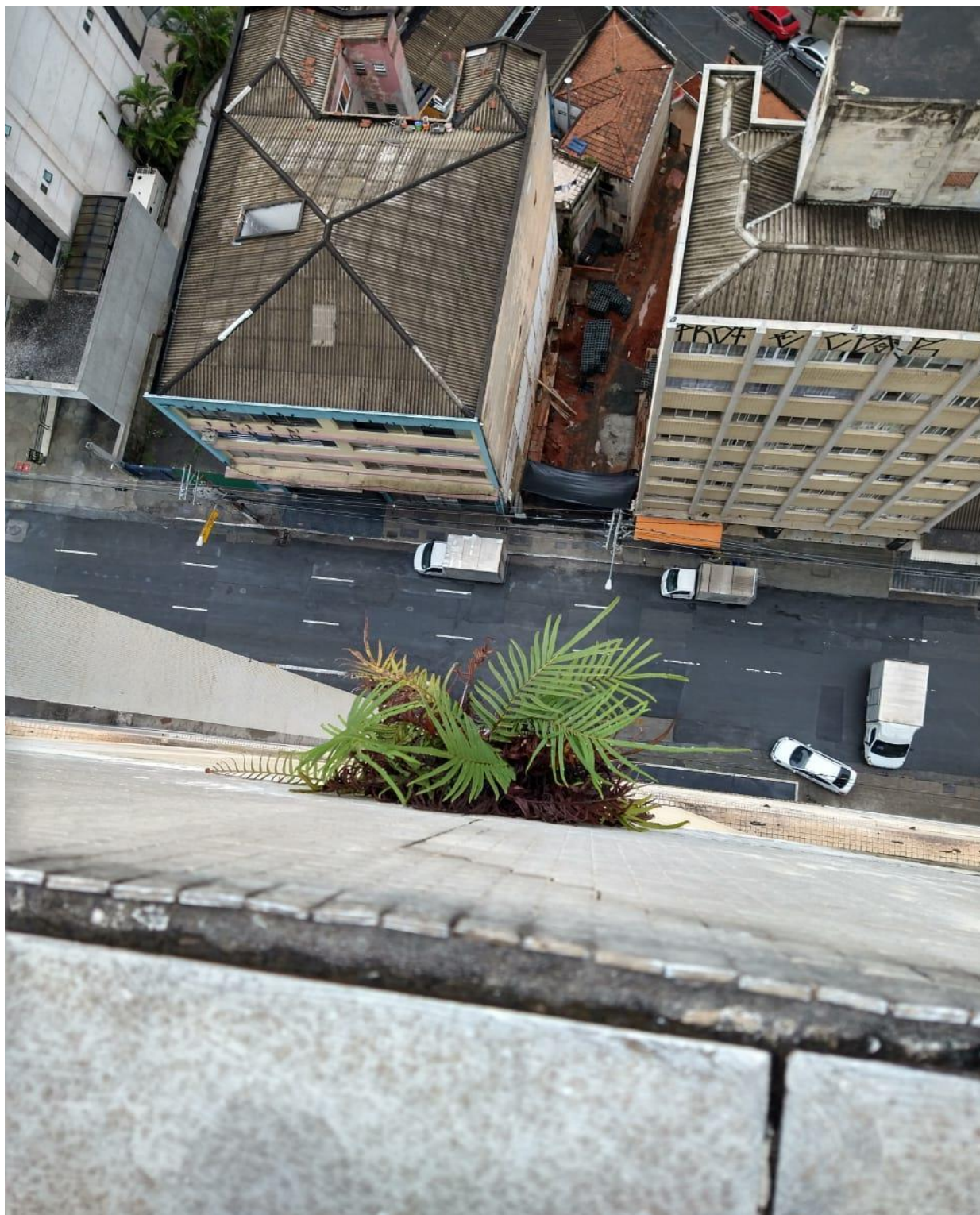
**Foto 03: “Convivência verde”**  
(Morro do Zaíra, cidade de Mauá, São Paulo – fevereiro/2016)



**Foto 04: “Convivência humana”**  
(Morro do Zaíra, cidade de Mauá, São Paulo – fevereiro/2016)



Foto 05: “Resistência na vertical”  
(Rua do Paraíso, São Paulo – Alto do Edifício Dona Milene – dezembro/2020)



**Foto 06: “Resistência na horizontal”**  
(Calçada da Alameda Santos, São Paulo – outubro/2020)



**Foto 07: “Desrespeito despojado”**  
(Vagão de metrô, linha azul, São Paulo – setembro/2020)



**Foto 08: “Desrespeito de salto alto”.**  
(Vagão de metrô, linha azul, São Paulo – setembro/2020)



**Foto 09: “Embasado: desrespeito solitário”.**  
(Vagão de metrô, linha azul, São Paulo – setembro/2020)



Foto 10: “Ignorando apelo de respeito”.  
(Vagão de metrô, linha azul, São Paulo – setembro/2020)



## Referências

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. 2. ed. Revista e ampliada. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

LIMA, Rafaela Pereira (org.). **Mídias comunitárias, juventude e cidadania**. 2. ed. Revista e atualizada. Belo Horizonte: Autêntica/Associação Imagem comunitária, 2006.

LIMA, Venício Artur de. **Comunicação e cultura: as ideias de Paulo Freire**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.

SANTOS, Milton. **Pobreza Urbana**. São Paulo, Recife: Hucitec. 1978.

SOARES, Diniz Sousa Samara e CÂMARA, Vilela Clemente Gislene. Tecnologia e subjetividade: impactos do uso do celular no cotidiano de adolescentes. Belo Horizonte. **Revista Pretextos, Revista da Graduação em Psicologia**, PUC Minas, 2017.



RIF

rese

resenhas

resenk

enhass

## A voz e a dor da periferia brasileira em rimas e batalhas: a popularização do *slam* como recriação da poesia contemporânea

Luana Caroline Nascimento<sup>1</sup>



### *Slam* cultura periférica

A *Slam poetry*, mais conhecida apenas como *slam*, é uma manifestação de poesia falada dentro da cultura do hip-hop e se estabelece como uma cena cultural crescente em todo o país. A expressão do *slam* tensiona as práticas culturais, orais, escritas e visuais em um novo lugar de limite entre a literatura, música, arte e ativismo social. A batalha de poesia falada possui algumas regras, que apesar de variarem de lugar em lugar, organizam a atividade: os textos apresentados devem ser autorais e inéditos, a apresentação dura aproximadamente três minutos e não tem suporte de adereços ou instrumentos musicais, as poesias são julgadas por um júri e pelo público com notas de zero a dez (FREITAS, 2020).

---

<sup>1</sup> Jornalista pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEG). Técnica em audiodescrição pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP). Atualmente é integrante do Laboratório de Discursividades Midiáticas e Práticas Socioculturais da Universidade Estadual de Minas Gerais e do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Gênero da UEPG. Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa. Correio eletrônico: [lunascimento1@outlook.pt](mailto:lunascimento1@outlook.pt)

No presente texto serão analisados poemas de *slam* publicados em 2019 no canal do Youtube do programa "Manos e Minas". O canal no YouTube possui 204 mil inscritos e 21.228.867 visualizações. Cada vídeo dura entre um minuto e meio e dois minutos em média. A lista selecionada para esta análise conta com 44 vídeos de 15 poetas distintos e de diferentes lugares de origem, porém todos são de pele negra e falam das periferias brasileiras. O que também é característico nas batalhas de *slam*.

Cada vez mais se questiona o lugar de fala da população negra e periférica, afinal segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) Contínua do IBGE em reportagem publicada pela *Revista Piauí*, o percentual da população brasileira que se declara negra cresceu para 56,10%. A repórter Nathália Afonso (2019) também coloca que “dos 209,2 milhões de habitantes do país, 19,2 milhões se assumem como pretos, enquanto 89,7 milhões se declaram pardos. Os negros – que o IBGE conceitua como a soma de pretos e pardos – são, portanto, a maioria da população. A superioridade nos números, no entanto, ainda não se reflete na sociedade brasileira” (s/p).

Conforme Djamilia Riberio (2017), a linguagem é uma forma de manutenção do poder, pois pode ouvir ou calar grupos sociais e reivindicar o lugar de fala e o direito de voz permite que a população negra reivindique a própria vida. Assim, a poesia de *slam* escrita por negros e negras brasileiros é o lugar de fala sobre a própria realidade e negritude deste grupo que é a maioria da população brasileira.

### **Temas recorrentes das poesias: a dor negra como assunto**

Ao todo a lista analisada apresenta 44 vídeos e, a fim de tornar a análise mais pragmática, são observados os temas das poesias de forma ampla e geral, pois analisar poema por poema tornaria o ensaio longo demais. A maioria das poesias são apresentadas por mulheres jovens. Todos os poemas tratam de mais de um assunto em que a população preta é protagonista nas favelas brasileiras em situações racistas. Entre os temas mais abordados estão a morte de negros e negras executadas pela polícia militar e pelo Estado. Outro assunto recorrente nos vídeos é o racismo e o tratamento institucionalizado da raça branca com a raça negra em estruturas sociais que repercutem a noção de casa grande e senzala – como por exemplo, o quarto da empregada. A estatística de que a cada 23 minutos um jovem negro é assassinado no país aparece em mais de um *slam*.

Os poemas também tratam da resistência da população negra marginalizada, os relacionamentos familiares entre filhos, mães e pais (em geral, pais ausentes). Também são pautados o machismo, o patriarcado e a mulher negra como protagonista. Já entre os assuntos menos pautados, mas ainda assim recorrentes, estão a religião, educação, escolaridade, fome, autoestima, escravidão, assédio e abuso sexual – um dos textos retrata um caso de estupro. Uma das *slammer* (Negabi, do Paraná) apresenta três poesias na Língua Brasileira de Sinais (Libras). A cor da pele dele e a identidade surda são assuntos nas poesias que apresenta e escreve.

Em diversas abordagens teóricas e epistêmicas temos a noção do diferente como essencial para a produção de significados e algumas reforçam que há sempre uma relação de poder entre os polos da oposição binária (um polo é dominante).

Há uma noção desenvolvida por Hall a partir do estudo psicanalítico. Aqui o outro é fundamental para a constituição do chamado self dos sujeitos para a identidade sexual. A partir de Freud (e o que ele chamou do complexo de Édipo) e da perspectiva psicanalítica que pressupõe que o self (ou a identidade) não possui um núcleo interno, estável e determinado. Psicicamente, nunca seremos sujeitos totalmente unificados. Nossa subjetividade é formada por um diálogo problemático e inconsciente com o “outro”. É formada em relação a algo que nos completa, mas que por se encontrar fora de nós de certa forma sempre nos falta (HALL, 2016).

Na linha de pensamento de Hall, Frantz Fanon (1986 [1952]) usou da teoria psicanalítica na explicação do racismo argumentado que a maioria da estereotipagem racial e a violência surgem a partir da recusa do outro branco em reconhecer o ponto de vista do outro pessoa negra. Essa noção está bastante presente nos textos apresentados pelos poetas que reivindicam no *slam* e nas batalhas terem as próprias vozes ouvidas e as denúncias levadas a sério.

### *Slame* o lugar de fala dos marginalizados

Pelo lugar de origem dos poetas e poetisas compreende-se o *slam* como uma expressão da literatura marginal. Literatura marginal aqui é vista como a nomenclatura das obras escritas por autores negros das periferias brasileiras e interfere nos processos de

produção e circulação das obras literárias, pois em uma acepção estrita as produções marginais são afrontosas ao cânone ao romper com as normas e os paradigmas estéticos vigentes e deslocar a função e relação da literatura com a sociedade (OLIVEIRA, 2011).

A literatura aborda a periferia, a pobreza e exclusão social em diversas obras, porém em grande parte são pessoas que não pertencem a essa realidade. A característica marcante, então, da literatura marginal é o indivíduo socialmente excluído tomar para si o lugar de fala na produção literária. “Na *slam poetry*, a poesia deixa o ambiente acadêmico, abandona os circuitos tradicionais de curadoria e produção de sentido, flerta com a canção popular e torna-se uma prática.” (FREITAS, 2020, p.3).

A socióloga e teórica Ribeiro (2017), ao tratar do conceito de lugar de fala, aborda aspectos sociais visíveis na literatura marginal, afinal os marginalizados são sujeitos políticos. A linguagem aqui pode ser compreendida como um mecanismo de manutenção de poder de um grupo majoritário sob outro minoritário. Ao tratarmos da literatura marginal, no ponto de vista da socióloga, a publicação de autores negros os coloca como sujeitos ativos da própria história da negritude brasileira.

Quem sabe falar sobre a experiência da marginalidade e da negritude são os negros e negras colocadas nestas situações sociais rimadas e denunciadas nos diversos textos analisados, afinal a vivência de um homem negro é diferente de um homem branco e ainda mais diferente de uma mulher negra. Refletir sobre o lugar de fala é uma postura ética reivindicada pela prática do *slam* e por isso Ribeiro (2017) afirma que “a reflexão fundamental a ser feita é perceber que, quando pessoas negras estão reivindicando o direito a ter voz, elas estão reivindicando o direito à própria vida” (2011, p. 45).

**Ficha técnica:**

Canal do YouTube Manos e Minas

Playlist com vídeos de slam publicados em 2019:

[Nossa luta é para quebrar os padrões da sociedade...](#)

## Referências

AFONSO, Nathália. **Dia da Consciência Negra**: números expõem desigualdade racial no Brasil. Revista Piauí. Rio de Janeiro, 20 de novembro de 2010. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2019/11/20/consciencia-negra-numeros-brasil/>. Acessado em 01 de junho de 2021.

FREITAS, Daniela Silva de. **Slam Resistência**: poesia, cidadania e insurgência. SEÇÃO TEMÁTICA: Literatura além do livro. Estud. Lit. Bras. Contemp. (59), 2020.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, Apicari, 2016.

MANOS E MINAS. Disponível em: <https://www.youtube.com/c/ManoseMinas/about>. Acessado em 01 de junho de 2021.

OLIVEIRA, Rejane Pivetta de. Literatura marginal: questionamentos à teoria literária. In: **Ipotesi**, Juiz de Fora, v.15, n.2 - Especial, p. 31-39, jul./dez. 2011. Disponível em: <http://www.ufjf.br/revistaipotesi/files/2011/05/7-Literatura.pdf> . Acessado em 01 de junho de 2021.

RIBEIRO, Djamilia. **Feminismos Plurais**: O que é lugar de fala. Belo Horizonte: Letramento, 2017.

## “Emicida: AmarElo – É Tudo pra Ontem” – o discurso dos excluídos e a reivindicação de espaços culturais fechados no contexto da negritude brasileira

Augusto Martins de Jesus<sup>1</sup>



O documentário protagonizado e narrado pelo rapper Emicida traz em seu título a urgência do debate: “é tudo pra ontem”, porque tem pressa de fazer acontecer. O filme, estreado na plataforma de *streaming* da Netflix em dezembro de 2020, combina dois momentos importantes: uma autobiografia feita por um registro dos bastidores da construção do seu último álbum de lançamento, o AmarElo, e a narrativa da história da negritude brasileira munida da imprescindibilidade de uma reparação histórica.

O documentário avança em seus quase 90 minutos, porque Emicida é categórico ao contar lições sobre o passado. O roteiro é pensado e organizado sob vieses importantes para se entender a história da negritude no Brasil. “Eu não sinto que eu vim, eu sinto que voltei. E que, de alguma forma, meus sonhos e minhas lutas começaram muito tempo antes da minha chegada.”

---

<sup>1</sup> Graduado em Jornalismo pela Universidade do Estado de Minas Gerais, unidade de Frutal e Mestrando em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. E-mail: [augustomartinsdejesus@gmail.com](mailto:augustomartinsdejesus@gmail.com)

O rapper lembra que o Brasil foi o último país do continente a abolir a escravidão. Refere-se à São Paulo, palco de sua história, como uma cidade que tem a sua riqueza baseada no ciclo do café mantida por uma mão de obra dessa escravidão recente. A abolição, que abandonou milhões de pretos à própria sorte é, posteriormente, mantida por políticas de branqueamento que incentivaram a imigração europeia, a demonização das culturas africana e indígena e o apagamento total, não só da memória da escravidão, mas de toda a contribuição não branca para o desenvolvimento do país.

Emicida recorda, ainda, que a ascensão da capital paulista como a terra das oportunidades é marcada por um processo de gentrificação violento, que descaracterizou regiões, especialmente as centrais – tradicionalmente ocupadas por pretos – afastando essas populações para as margens da cidade. Somado a isso, pessoas pobres de outras regiões do país vinham e vêm tentar a sorte na metrópole das oportunidades e passam, também, a viver nessas extremidades, o que favorece, em contrapartida, o surgimento de uma periferia multicultural.

O rapper relembra que é por meio da música rap, do *break* e do grafite que os jovens da periferia paulistana encontram uma plataforma para se expressar e decidem marcar como ponto de encontro uma região de fácil acesso: o centro de São Paulo. O estilo segue pelas periferias do Brasil e se torna um movimento de conscientização a respeito do racismo e da desigualdade social. Com isso, a música do rap se funde de forma intensa ao universo da música popular brasileira, principalmente o samba, que redefine ambos os estilos. Hoje, com a efervescência do ambiente digital, esses artistas alcançam conquistas raras ou inéditas. Vencer, para o Emicida, é muito mais do que ter dinheiro ou ser famoso. O que os jovens desejam, segundo o rapper, é reescrever a história do país.

Essa contextualização não surge despreziosamente. Possui, a princípio, duas funções: a de alertar o telespectador que o racismo é estrutural e latente e a de justificar a escolha do Teatro Municipal de São Paulo como o palco de celebração desse encontro para a gravação do seu álbum. O que Emicida propõe em “AmarElo – É tudo pra ontem” é reivindicar espaços de validação cultural injustamente interditados aos negros, como o Municipal.

Para isso, a narrativa não obedece a uma linearidade convencional. É construída com histórias e personagens que se embaralham no ontem, no hoje e no amanhã. Com essa característica, o cantor conta, portanto, que o uso do espaço do Teatro Municipal, reduto da



elite paulista no coração da cidade, só foi possível, porque os seus ancestrais suaram e sangraram no caminho, sobretudo no auge da ditadura militar, que tiveram a coragem de se levantar contra o Estado brasileiro e o seu racismo, e dizer que aquele país precisava reconhecer o protagonismo das pessoas de pele escura na sociedade brasileira. “Não tem uma ponte, uma rua, não tem um escritório, não tem um prédio importante que não tenha tido uma mão negra trabalhando para estar de pé hoje. [...] Essa é uma forma de dizer para todas as pessoas que têm uma origem como a nossa que esse lugar é deles. Que a gente precisa, sim, ocupar esse tipo de espaço, de ambiente. E, por que não, todos os ambientes, que nos foram negados ao longo da história deste país.”

A produção do documentário é dividida em três atos: “plantar”, “regar” e “colher” e, em todas elas, é possível perceber a fala periférica como organizadora do discurso.

Quanto ao “plantar”, Emicida faz esse passeio pelo passado como já destacado e, numa metáfora de dizer que a melhor professora do tempo das coisas é a terra, recorre ao contexto da Semana da Arte Moderna de 1922, que para ele, “bagunçou para sempre a concepção de arte nessas terras. Tantos sambistas, que são inegavelmente modernos, quanto os modernistas, que reivindicavam, meio que sem saber, que a arte daqui fosse mais... samba, abalariam as ideias do passado de uma maneira que ecoaria pela eternidade”. Os modernistas, ainda que formados por uma maioria de homens brancos da burguesia, e para além da Semana de 22, exigiam uma arte multifacetada, abasileirada; já os sambistas, formados em sua maioria por mulheres e homens pobres, quase todos pretos e mestiços, promoviam a presença do que Machado de Assis chamaria de Brasil real. Ambos os movimentos avançaram em nossa arte do tipo “é noiz por noiz”.

Quanto ao “regar”, Emicida perpassa por recortes exclusivamente brasileiros. Traz como personagem principal a figura de Lélia Gonzales, mulher preta, pioneira da cultura negra no país, responsável por tratar sobre a interseccionalidade, que o é meio pelo qual a sobreposição das identidades se relaciona com a estrutura de opressão. Reforça a potência brasileira quando traz uma entrevista de Angela Davis, filósofa e ativista norte-americana, que expõe a mania que os brasileiros têm de procurar as coisas fora do seu próprio território: “eu sempre achei estranho, porque sinto como se me vissem representando o feminino negro e por que vocês, aqui no Brasil, precisam olhar para o EUA? Não entendo! Acho que aprendi

mais com Lélia Gonzales do que vocês poderão aprender comigo”. Para Lélia, a contribuição fundamental dos negros nesse país criou a cultura brasileira.

Ainda neste espaço, o documentário narra a fundação do Movimento Negro Unificado. Emicida homenageia alguns dos seus integrantes no próprio show e nos lembra que a criação do movimento e seu fortalecimento enquanto espaço de resistência também se deu nas escadarias do Teatro Municipal de São Paulo. Portanto, estar ali é um ato simbólico.

AmarElo denuncia outra problemática: a fragilidade das pessoas pretas e a potencialização do racismo quando este é, ainda, atrelado à questão de gênero. Revela o pioneirismo de Leci Brandão, sambista e madrinha do rap, e uma das primeiras mulheres a ocupar espaços tradicionalmente ocupados por homens brancos, revolucionando os espaços públicos quando eleita deputada, marcando presença na Assembleia Legislativa de São Paulo.

Em seu último ato, “colher”, expõe o perigo que é ser preto em um país que mata gente preta sem constrangimento nenhum. Emicida desabafa que o preto precisa se dedicar inúmeras vezes mais simplesmente por ser preto. Exemplifica esse cenário quando cita Ruth de Souza, a primeira dama negra do teatro, cinema e da televisão do Brasil e a primeira artista indicada ao prêmio de melhor atriz, que devido à condição de ser preta, tem sua memória apagada se comparada com outras atrizes da mesma magnitude. O rapper faz um apelo para que pretos e outras minorias excluídas fiquem juntos, para que assim continuem fortes.

Esse discurso reverbera, portanto, o que AmarElo propõe em primeiro plano: celebrar personalidades e heróis negros brasileiros que alicerçaram o caminho percorrido até aqui, comemorar cada preconceito driblado e construir mecanismos sólidos por cima de terrenos de desigualdade.

A figura do Emicida, sua história e o seu discurso para além do documentário, nos aproximam daquilo que Beltrão (1980) já nos ensinou em *Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados*. Para o autor, o povo, em especial os marginalizados socialmente, também eram marginalizados dos processos de comunicação tradicionais. Como alternativa, precisavam e precisam recorrer a alguns mecanismos da cultura popular para se comunicarem e expressarem sobre o seu cotidiano, suas experiências coletivas e memórias. Nesse contexto, o rap do Emicida se torna um canal de comunicação e serve como um espelho do cotidiano preto e periférico do país para denunciar práticas de racismo e degraus de desigualdade. Ou

melhor: com uma espécie de censura infiltrada aos meios convencionais de comunicação, os marginalizados se valem dos seus próprios canais.

Em *Teoria da Folkcomunicação: bases conceituais e abordagens de pesquisa*, Beltrão (2004) também nos aponta outra característica marcante no comunicador dos excluídos: a presença de um líder de opinião. Em AmarElo, Emicida se reveste dessa condição e assume o compromisso de falar por aqueles que não tem vozes e outros, do passado, que mesmo “alcançando posições de audiência”, não possuíam “consciência integral do papel que desempenham” (2004, p. 80). Por isso o teor histórico é importante e mescla com o trabalho atual do músico. O documentário é, apesar de integrar o catálogo de uma plataforma grandiosa, como a Netflix, um próprio agente-comunicador que “adquire no seu ambiente e à sua habilidade de codificar a mensagem ao nível do entendimento de sua audiência” (2004, p. 82). Logo, Emicida e o documentário são um produto único, porque ambos possuem e retratam conhecimentos sobre um tema em específico e revelam uma potente reflexão na maneira de viver de um povo.

Quando a obra reivindica a validação cultural injustamente interdita aos negros, como o Municipal, lembramos que por muitas décadas, algumas camadas populacionais ficaram reféns daquilo que fora denominado de alta cultura. O Teatro Municipal passa a integrar, portanto, um verdadeiro personagem em AmarElo, pois ele assume o *status* paradoxal de templo sagrado dessa alta cultura e de palco para histórias que a chamada cultura elitizada, que se baseia na concepção equivocada de que o povo não compreende arte, resistiu pela não ocupação desses lugares. Por usar a História como uma aliada, o documentário resgata aquilo que Cuche (1999) aborda em *A noção de cultura nas Ciências Sociais*, de que a cultura é uma produção histórica, “uma construção que se insere na história e mais precisamente na história das relações dos grupos sociais entre si”, que “as culturas nascem das relações sociais que são sempre relações desiguais”, e que, portanto, “existe então uma hierarquia de fato entre as culturas que resulta da hierarquia social” (1999, p. 143).

Merece destaque, também, como as representações de uma cultura popular, preta e periférica mobilizaram certas referências comunicacionais e, sobretudo, estéticas, em decorrência de o documentário, enquanto produto dessa comunicação, ter alcançado o protagonismo na chamada era dos *streamings*, revestida pela forma, estrutura e características de uma comunicação de massa, capaz de revolucionar os imperativos da mídia

comercial hegemônica. Aqui, encontramos refúgio em Hall (2016), especialmente quando relacionado à reflexão gramsciana sobre hegemonia e cultura. Os exemplos utilizados pelo autor centram-se nas imagens produzidas para a representação de negros em determinados contextos, bem como a criação dos estereótipos, reduzidos a características simplificadas, redutoras e essenciais. Se alguns discursos foram construídos e reproduzidos para enfraquecer os negros, a produção da Netflix surge, então, como um viés não hegemônico.

AmarElo se configura, portanto, como um dispositivo fomentador de um debate atrasado e excepcionalmente necessário. É produto que deveria circular em todos os espaços<sup>2</sup>, em especial, as salas de aula, até porque, segundo o próprio Emicida, “todas as nossas chances de consertar os desencontros do passado moram no agora. Por isso, é tudo pra ontem”.

#### **Ficha Técnica:**

**Título:** AmarElo – É Tudo Pra Ontem

**Ano:** 2020

**Duração:** 89 minutos

**Classificação:** 12 anos

**Gênero:** documentário, música

**Direção:** Fred Ouro Preto

**Distribuidora:** Netflix

#### **Referências**

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

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo: UESP, 2004

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas Ciências Sociais**. Bauru: EDUSC, 1999.

HALL, Stuart. A estereotipagem como prática de produção de significados. In: **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, Apicari, 2016.

---

<sup>2</sup> Há um registro feito pelo próprio Emicida no *Twitter* agradecendo a uma unidade prisional do Maranhão por ter veiculado o documentário aos seus internos. A ideia é que isso seja feito em escala maior. Disponível em: <encurtador.com.br/zFLN1> e <encurtador.com.br/kE138> Acesso em: 28 mai. 2021.