

O mito folclórico brasileiro na era digital: diálogos entre cultura popular, cultura de massa e hibridização cultural

*Adrielle Silva¹
Ivan Bomfim²*

Submetido em: 06/05/2022

Aceito em: 21/09/2022

RESUMO

O presente artigo objetiva refletir sobre a representação do mito folclórico brasileiro na era digital. Para tanto, resgatamos os conceitos discutidos pela Teoria da Folkcomunicação a partir de Beltrão (1980) e Folkmídia, com Luyten (2002), a fim de observá-los através das permanências e ressignificações assumidas pela personagem Cuca nas redes sociais. Ao final da pesquisa, conclui-se que o folclore é mutável e está, irrevogavelmente, condicionado aos avanços tecnológicos, o que significa que os arranjos entre os novos e velhos sentidos atribuídos à personagem folclórica auxiliam no processo de perpetuação da cultura popular e contribuem para que ela ultrapasse as barreiras geográficas e temporais.

PALAVRAS-CHAVE

Folclore; Folkmídia; Redes sociais.

¹ Jornalista, mestranda no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Correio eletrônico: adrie-lejose@hotmail.com.

² Professor Dr. do Departamento de Jornalismo e do Mestrado em Jornalismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Correio eletrônico: ivanbp@uepg.br.

The Brazilian folk myth in the digital age: dialogues between popular culture, mass culture and cultural hybridization

ABSTRACT

This article aims to reflect on a representation of the folk myth in the Brazilian digital age. For that, we rescued the concepts discussed by Folkcomunicação from Beltrão (1980) and Folkmídia, with Luyten (2002), an end of social observations through the resignifications assumed by the character Cuca in the networks. At the end of the research, it is concluded that folklore is mutable and is irrevocably conditioned to technological advances, which means that the arrangements of meanings attributed between the new and old meanings attributed to the folk character do not contribute to her overcoming as auxiliary and temporal geographical barriers.

KEY-WORDS

Folklore; Folk media; Social media.

El mito popular brasileño en la era digital: diálogos entre cultura popular, cultura de masas e hibridación cultural

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo reflexionar sobre la representación del mito popular brasileño en la era digital. Para ello rescatamos los conceptos discutidos por la Teoría de la Folkcomunicación de Beltrão (1980) y Folkmídia, con Luyten (2002), para observarlos a través de las resignificaciones asumidas por el personaje Cuca en las redes sociales. Al final de la investigación se concluye que el folclore es mutable y está irrevocablemente condicionado a los avances tecnológicos, lo que significa que los arreglos de significados atribuidos entre los nuevos y los antiguos significados atribuidos al personaje popular no contribuyen a su superación como barreras geográficas auxiliares y temporales.

PALABRAS-CLAVE

Folklore; Folkmídia; Redes sociales.

Introdução

De William John Thoms (1846), que cunhou pela primeira vez a palavra “folclore” (no inglês, *folklore*), até a famosa Comissão Nacional do Folclore, que lançou diferentes versões da “Carta do Folclore Brasileiro”, muitos pesquisadores têm se dedicado à elaboração de propostas consensuais que definam este termo. De acordo com Brandão (2007),

[...] na cabeça de alguns, folclore é tudo o que o homem do povo faz e reproduz como tradição. Na de outros, é só uma pequena parte das tradições populares. Na cabeça de uns, o domínio do que é folclore é tão grande quanto o do que é cultura. Na de outros, por isso mesmo folclore não existe e é melhor chamar cultura, cultura popular o que alguns chamam folclore. E, de fato, para algumas pessoas as duas palavras são sinônimas e podem suceder-se sem problemas em um mesmo parágrafo (BRANDÃO, 2007, p. 23).

Levando em consideração o que foi definido durante a releitura da Carta do Folclore Brasileiro, proposta no VIII Congresso Brasileiro de Folclore, em 1995, este artigo entende o folclore e a cultura popular como equivalentes, sendo ambos classificados como “criações culturais de uma comunidade, baseado nas suas tradições expressas individual ou coletivamente, representativo de sua identidade social” (CARTA DO FOLCLORE BRASILEIRO, 1995, p. 1). Assim, festas populares, músicas, usos e costumes e literaturas orais ajudam a compor o extenso universo folclórico, que abrange “não apenas a celebração, o rito, o ritual, mas a própria vida cotidiana e os seus produtos: a casa, a vestimenta, a comida, os artefatos do trabalho [...]” (BRANDÃO, p. 30, 1984). As definições propostas pelos autores³ pioneiros na pesquisa folclórica brasileira serviram de aporte teórico e metodológico para o desenvolvimento de teorias mais recentes, que superaram as divergências conceituais e agora lidam com os desafios e dilemas trazidos pelos meios de comunicação de massa e pela popularização da internet.

Trigueiro (2002), partindo do conceito de globalização cultural - aqui tida como “movimentações e deslocamentos de pessoas, povos, bens materiais e simbólicos em diferentes territórios e nações” (TRIGUEIRO, 2002, p.59) - afirma que, durante os anos 1980, as redes midiáticas passaram a ser vistas pelos folcloristas como agentes fundamentais para o processo de homogeneização e massificação da cultura, capazes, portanto, de ocasionarem o desaparecimento do folclore por conta de suas produções

³ Sílvio Romero (1851-1914), Mário de Andrade (1893-1945), Edison Carneiro (1912-1972) e Luís da Câmara Cascudo (1898-1986).

culturais em escala. Ancorada nos ideais que perpassam pela noção de indústria cultural⁴, tal visão se estende, já na década de 1990, ao ciberespaço⁵ e à cibercultura⁶ (TRIGUEIRO, 2002), de forma que a disseminação do folclore na internet passa a fomentar debates em torno da desvalorização da cultura popular e do esvaziamento dos sentidos originais atribuídos à arte ao serem adaptados ao meio digital.

Trigueiro (2002, p. 63), contrariando a corrente em questão, explica que a globalização proporcionou o “ressurgimento das manifestações culturais, evidentemente com novas ‘roupagens’”, com novas (re)configurações e características para atender a demanda do mercado de consumo de bens simbólicos e materiais da sociedade midiática”. Ainda nesse sentido, Canclini (1997), valendo-se da hibridização cultural - processo no qual duas ou mais culturas se misturam, resultando em uma estrutura cultural -, faz coro à noção de ressignificações folclóricas ao defender o conceito de cultura como manifestação fronteiriça, afastando-se, assim, da visão pessimista dos folcloristas tradicionais. Segundo o autor,

[...] todas as culturas são de fronteira. Todas as artes se desenvolvem em relação com outras artes: o artesanato migra do campo para a cidade; os filmes, os vídeos e canções que narram acontecimentos de um povo são intercambiados com outros. Assim, as culturas perdem a relação exclusiva com seu território, mas ganham em comunicação e conhecimento (CANCLINI, 1997, p. 283-350⁷).

Destarte, em meio à dualidade entre noções favoráveis e contrárias à inserção do folclore no cenário virtual, o presente trabalho, recorrendo às diretrizes da Teoria da Folkcomunicação e da Folkmídia, almeja discorrer sobre a presença dos mitos folclóricos brasileiros na internet, com ênfase para as redes sociais. Visando restringir o objeto de estudo, opta-se pela análise das significações atribuídas à Cuca, personagem do folclore brasileiro, pelos usuários do Twitter, Facebook e Instagram entre os anos de 2017 e 2021, a partir da revisão bibliográfica. Ao final do projeto, pretende-se responder à seguinte questão: “quais são as ressignificações imagéticas atribuídas pelas redes sociais ao mito

⁴ Termo cunhado em 1940 pelos autores Theodor Adorno e Marx Horkheimer que diz respeito a mercantilização da arte e a consequente perda do valor crítico da mesma, que passa, por sua vez, a ser produzida como uma mera mercadoria (HORKHEIMER, ADORNO, 1970).

⁵ “Espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores” (LÉVY, 1999, p. 17).

⁶ “Conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (LÉVY, 1999, p. 17).

⁷ “Culturas de fronteira. Todas las artes se desarrollan en relación con otras artes: las artesanías migran del campo a la ciudad; las películas, los videos y canciones que narran acontecimientos de un pueblo son intercambiados con otros. Así las culturas pierden la relación exclusiva con su territorio, pero ganan en comunicación y conocimiento” (CANCLINI, 1997, p. 283-350).

folclórico da Cuca?”. Vale lembrar que a seleção desta temática tem como justificativa os recentes episódios digitais que atestam o afastamento da Cuca como narrativa folclórica e o surgimento de novos significados atribuídos a ela mediante os efeitos da hibridização cultural, sendo todos ligados a movimentos ideológicos, sociais ou políticos, como a campanha favorável a vacinação contra a Covid-19 e o apoio ao grupo LGBTQIA+ (lésbicas, gays, bissexuais, transgêneros, queer, intersexuais, assexuais e outros grupos e gêneros de sexualidade que não se enquadram a heterocisnormatividade).

Diálogos entre cultura popular e *Mass Media*

As culturas são frutos de interações sociais desiguais “que se encontram em maior ou menor posição de força em relação às outras” (CUCHE, 1999, p.144). De um lado, as classes dominantes disseminam suas orientações culturais, políticas e sociais por meio da persuasão e da força. Do outro, as classes dominadas reagem, através de provocações, críticas e recursos criativos, à força hegemônica, conforme sustenta Cuche (1999). As relações de disputa entre os grupos, apesar de não serem constantes o tempo todo, deixam em evidência a ideia de que a hegemonia “não é um processo estável ou imutável, uma força exercida de modo homogêneo pela classe dominante, já que se trata de um complexo entrecruzamento de forças políticas, sociais e culturais que também produzem contra-hegemonias” (MARTINS, MARTELETO, 2019, p. 13).

Nesse sentido, “pensar que não há hierarquia entre as culturas é supor que as culturas existam independentemente umas das outras, sem relações entre si, o que não corresponde à realidade” (CUCHE, 1999, p. 50), o que, na prática, significa que a cultura popular, assim como todas as culturas, “é uma reunião de elementos originais e de elementos importados, de invenções próprias e de empréstimos. Como qualquer cultura, ela não é homogênea sem ser, por esta razão, incoerente (CUCHE, 1999, p. 149). Assim, a partir do imbricamento entre as noções de hierarquia e hibridização cultural (CANCLINI, 1997), é possível refletir sobre os processos de importações entre a cultura popular e a de massa⁸ sob a ótica da folkmídia e da folkcomunicação.

Segundo Luyten (2002), as interações entre a cultura popular e a de massa se dão, sobretudo, por meio dos veículos de comunicação de massa, que contribuem, por sua vez,

⁸ A cultura de massa é encarada pelos pensadores da Escola de Frankfurt como um instrumento utilizado para a reprodução da lógica capitalista e pelos estudiosos da Escola Evolucionista como uma ferramenta democrática e pluralista (CALDAS, 1987).

para o “uso tanto de elementos oriundos do folclore pela mídia como [para] a utilização de elementos da comunicação em massa por comunicadores populares” (LUYTEN, 2002, p. 2). Com relação à primeira situação, sabe-se que tal processo interativo enquadra-se na chamada folkmídia, “um campo da comunicação que se propõe a investigar a presença de elementos da cultura popular pela mídia de massa e [a] analisar a maneira como são utilizados” (LUYTEN, 2002 apud CARDOSO, NEVES, 2013, p.13).

No que diz respeito a segunda situação, nota-se que, assim como os meios massivos apoderam-se das manifestações populares, os folcloristas se apropriam das mais diversas tecnologias e as ressignificam de acordo com as necessidades encontradas para transmitir a cultura (TRIGUEIRO, 2012). O processo vem sendo analisado com afinco pela chamada Folkcomunicação, termo cunhado por Luiz Beltrão que faz referência ao “conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore” (BELTRÃO, 1980, p. 24). De acordo com a ciência em questão, “o folkcomunicador é [...] um decifrador de códigos, que consegue decodificar os códigos da cultura popular de determinada localidade, além de decodificá-los em um novo sistema de códigos e sinais [...], tornando a mensagem inteligível à audiência” (AMPHILO, 2011, p. 202). Beltrão ressalta que o agente da folkcomunicação, ao ressignificar os elementos da cultura popular para adaptá-los aos padrões dos meios de comunicação de massa, evidencia a busca pela inclusão e transformação social e a figura da folkcomunicação como uma manifestação das camadas marginalizadas da sociedade (AMPHILO, 2011).

O folkcomunicador é, por vezes, levado aos meios massivos de comunicação, sejam eles rádio, televisão, entre outros, para explicar por que e como acontecem determinados fenômenos em âmbito popular, para levar à sociedade assuntos que precisam ser discutidos, pois todos fazemos parte do espaço social da cidade, ou estado ou país, dependendo do âmbito da problemática. São comentaristas de escolas de samba, escritores, professores, líderes de opinião de determinada temática popular, que entendem de traços específicos da cultura popular e do folclore e conseguem interpretar os códigos, tornando-os inteligíveis a todas as classes sociais, promovendo o diálogo sobre problemáticas sociais, através dos meios massivos de comunicação, dirigido aos órgãos de competência que de fato tem o poder de mudar tal situação (AMPHILO, 2011, p. 204).

Dessa maneira, diante das apropriações mútuas entre a cultura popular e o *mass media* e, considerando as discussões anteriores a respeito das divergências quanto a

desvalorização/ democratização da inserção do folclore nos veículos de comunicação, chega-se a uma nova reflexão que traz à tona o antigo debate sob a ótica de um novo cenário: o ambiente digital.

Diálogos entre a cultura popular e a cibercultura

Denominada por Castells (1999) como sociedade em rede e estudada por Lévy (1999) por meio do conceito de cibercultura (SIMÕES, 2009), a era da informação, bem como a mediação digital “remodela[m] certas atividades cognitivas fundamentais que envolvem a linguagem, a sensibilidade, o conhecimento e a imaginação inventiva” (LÉVY, 1998, p.17) e expandem as noções de não linearidade com a chegada da internet, que se torna, por sua vez, o pilar da sociedade para Castells (1999) (SIMÕES, 2009). Diante das redes de contatos entre computadores e pessoas, Lévy (1998) lança mão de um novo conceito para explicar a cultura recém-formada pela sociedade em rede: o ciberespaço.

O ciberespaço (que também chamarei de “rede”) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo (LÉVY, 1999, p.17 apud SIMÕES, 2009).

Para além, o acadêmico em questão também discorre sobre a noção de cibercultura, vista como um “conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (LÉVY, 1999, p.17) e repercutem diretamente nas relações comunicacionais e, conseqüentemente, na hibridização cultural.

A cibercultura traz à tona a possibilidade da criação de novas relações sociais, independentemente do espaço geográfico. Os limites espaciais passam a ser determinados pelo acesso à rede mundial de computadores (internet). Essa nova possibilidade acarreta também em modificações nos formatos de comunicação. O fluxo comunicacional é mais intenso e fluido, as informações passam a circular em maior escala e em tempo real (COSTA et al, 2009, p. 5).

Abordando aproximações entre Estudos Culturais e Cibercultura a partir de Nayar, Martino (2014) pontua que o ciberespaço é uma dimensão produzida, sendo perpassado por problemáticas relativas às suas constituições materiais estruturais. Ou seja, tanto o ciberespaço quanto a cibercultura (ou ciberculturas?) são entrelaçados a contextos políticos e econômicos decorrentes de dinâmicas globalizacionais.

Diante do rompimento das barreiras geográficas e do fortalecimento dos processos de trocas culturais (TRIGUEIRO, 2002), a cultura popular, ao mesmo tempo em que é absorvida por novas culturas, também se apropria de elementos da cibercultura para se difundirem, conforme propõe a folkcomunicação de Beltrão (COSTA et al, 2009), o que torna as importações folclóricas ainda mais dinâmicas, fluidas e constantes e, conforme Simões (2009), abre margem para que a pluralidade de vozes e a participação coletiva no ambiente digital propiciem os movimentos de permanências e ressignificações culturais.

Em concomitância, para Martino (2014, p. 52),

[a]ssim, se a formação do ciberespaço acontece dentro de um contexto de globalização e hegemonia econômica, por outro lado sua própria arquitetura abre espaços de resistência, diálogo e contra hegemonia a partir da afirmação de grupos e identidades.

Os mitos folclóricos na era digital

Pertencentes às narrativas orais do folclore, os mitos são “representações mentais e irrealis de um elemento com formas humanas, de astros, de peixes, de outros animais ou qualquer coisa, cujas ações em geral causam medo” (NETO, 1977, p. 146). Ao contrário das lendas, que são episódios sobre-humanos com fixações geográficas, os mitos não possuem marcações espaciais ou temporais e assumem variações físicas e comportamentais em sociedades diferentes, sustenta Cascudo (2002). O Curupira, por exemplo, uma das entidades mais populares nas matas brasileiras, “tem quatro palmos de altura em Santarém; é calvo, com o corpo cabeludo no Rio Negro; sem orifícios para secreções, no Pará; e com dentes azuis ou verdes e orelhudo no Solimões” (CASCUDO, 1959. p. 333).

Com a globalização e o surgimento dos meios de comunicação de massa e da internet, as modificações e ressignificações dos mitos tornam-se ainda mais frequentes, já que folclore brasileiro ganha um alcance mundial e, com isso, ocorre “a fusão de elementos da cultura popular com os elementos da cultura de massa” (BENJAMIN, 2004, p.28). Vieira (2009) relembra que o Saci Pererê é um dos mitos nacionais que passou por uma das metamorfoses mais intensas desde a sua criação até a sua inserção no universo da web. De acordo com as tradições orais, o Saci surge como uma figura maléfica que escapou de uma festa no inferno e fica fazendo diabruras no mundo desde então (MOUZAR, 2007). Já na versão de Monteiro Lobato, que ficou popularizada com a série televisiva “Sítio do Pica Pau Amarelo”, o mito adquire um perfil “brincalhão”, perde o

chifre e o rabo e ganha traços mais humanizados, aproximando o personagem do público infantil (VIEIRA, 2009).

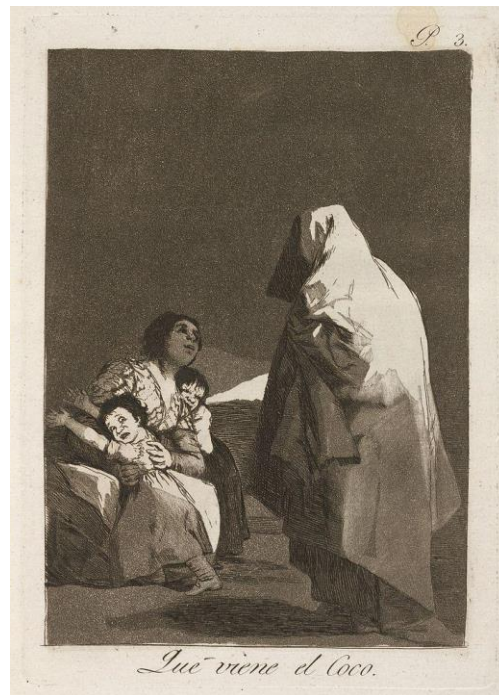
Com a hibridização cultural (CANCLINI, 1997) e a chegada da internet, o personagem surge como um símbolo da identidade do povo brasileiro e é transformado em mercadoria, como foi observado no período de preparação para a realização da Copa do Mundo de futebol de 2014, quando houve uma mobilização para que ele se tornasse o mascote do Brasil, país-sede do evento (VIEIRA, 2009). A mercantilização dos mitos folclóricos, inclusive, abre margem para que sejam desenvolvidos novos estudos acerca das representações destas entidades na esfera turística.

Um outro mito que passou por ressignificações advindas da internet foi a Cuca, personagem conhecida no Brasil pelo rapto de crianças teimosas. De acordo com Cascudo (2012),

[a] Cuca ou a Coca é um ente velho, muito feio, desganhado, que aparece durante a noite para levar consigo os meninos inquietos, insones ou faladores. Para muitos a Coca ou Cuca é apenas uma ameaça de perigo informe. Amedronta pela deformidade. Não sabe como seja o fantasma. A maioria, porém, identifica-a como uma velha, bem velha, enrugada, de cabelos brancos, magríssima, corcunda e sempre ávida pelas crianças que não querem dormir cedo e fazem barulho. É um fantasma noturno. Figura em todo o Brasil nas canções de ninar (CASCUDO, 2012, p 295).

Trazida para o Brasil durante o período de colonização, Cuca é representada em Portugal como um indivíduo que usa túnica cinza e um capuz que cobre todo o rosto na tentativa de apavorar as crianças. Na Espanha, por sua vez, “há a Coca, serpente de papelão que, na Galiza e outras províncias, sai no dia de Corpus Christ; e há também a mala cuca, maliciosa e de má índole” (CASCUDO, 1983, p 325). A Coca - ou *El Coco*, no espanhol - é um monstro que persegue as crianças que se recusam a dormir, sendo de conhecimento amplo nas sociedades ibéricas desde o século XV (DEL CAMPO TEJEDOR, RUÍZ MORALES, 2016). O personagem figura em diversas obras culturais castelhanas, como na obra *Dom Quixote de la Mancha*, de Miguel de Cervantes (publicada em 1605), ou na gravura *Que viene el coco* (1799) do pintor e gravador Francisco de Goya. Em terras brasileiras, a personagem sofreu influências indígenas e africanas, uma vez que, em tupi, “cuca” significa algo que se engole de uma só vez, enquanto em Angola, a palavra significa avô, diz Cascudo (1983). A soma entre as referências de ambas as culturas resultou em uma velha que rapta crianças para devorá-las (CASCUDO, 1983).

Figura 1 - Gravura *Que viene el coco*, de Francisco de Goya (1799)



Fonte: Wikimedia Commons⁹

A personificação do mito folclórico ganhou novos traços ao ser transformada em literatura infanto-juvenil por Monteiro Lobato. Em *O Saci* (1921), Cuca apresenta duas formas físicas, sendo a primeira a de um jacaré e a segunda a de uma velha com um sorriso amedrontador (LOBATO, 1921). Na adaptação da obra literária para a série televisiva “Sítio do Pica Pau Amarelo”, o mito folclórico “lembra um jacaré fêmea enorme, gorducho, que anda sobre as patas traseiras, arrastando a cauda gorda, e com uma cabeleira (peruca) loira” (CAMARGO, 2006, p 293). Inclusive, estas características adquiridas na adaptação promovida pelo *mass media* são as que mais prevalecem no imaginário popular, “de maneira que, para as crianças de hoje, a Cuca é um mito televisivo, ‘aquela do Sítio do Picapau Amarelo que passa na televisão’” (CAMARGO, 2006, p. 292).

⁹ Disponível em: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Goya_-_Que_viene_el_coco_\(Here_Comes_the_Bogey-Man\).jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Goya_-_Que_viene_el_coco_(Here_Comes_the_Bogey-Man).jpg).

Figura 2 - Cuca como personagem do Sítio do Picapau Amarelo



Fonte: site Educa Mais Brasil¹⁰

Com a popularização da internet e das redes sociais, a personagem tem ganhado novos significados que circulam pela aldeia global e abrem margem para a promoção de novas reflexões em torno do mito folclórico na cibercultura, já que a inserção da figura mitológica em cenários que ultrapassam seu contexto original fomenta questionamentos em torno das possíveis ressignificações atribuídas a ela. Para além, surgem ainda indagações sobre as influências das mídias sociais digitais na definição do mito folclórico da Cuca, bem como as ausências e/ou permanências dos sentidos míticos presentes nos novos espaços digitais. Dessa forma, considerando os apontamentos até aqui realizados, parte-se para as considerações sobre os sentidos adquiridos pela personagem em questão nas mídias digitais, considerando como referência sua imagem no folclore brasileiro.

Cuca: entre permanências e ressignificações nas redes sociais

Em junho de 2017, um GIF (Graphics Interchange Format) do mito folclórico da Cuca viralizou no Twitter, Facebook e Instagram dos usuários norte-americanos¹¹ (UOL, 2021) acompanhado da música *Check It Out*, da cantora Nick Minaj, que faz referência a um eu lírico que ostenta dinheiro, poder e beleza, como nota-se na tradução de um dos

¹⁰ Disponível em: <https://www.educamaisbrasil.com.br/enem/artes/lenda-da-cuca>, acessado em 05/05/2022.

¹¹ Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/noticia/cuca-do-sitio-do-pica-pau-amarelo-vira-icone-lgbtq-internacionalmente/>, acessado em 05/05/2022.

trechos: “ficam com raiva porque estou ganhando dinheiro em abundância? Cara, eu mal consigo contar todas essas notas de cem [...] Sou eu quem manda aqui [...] Você é uma Chihuahua, eu sou um Rottweiler” (ADAMS, et al, 2010, n.p)¹². Na ocasião, o GIF selecionado reproduziu uma das cenas do seriado infantil Sítio do Pica Pau Amarelo, onde a personagem Cuca - caracterizada como uma jacaré fêmea com peruca loira - gesticula de maneira impetuosa, transparecendo ao público a noção de irritabilidade/fúria.

O imbricamento entre o registro visual e a letra da canção em questão sugere algumas hipóteses acerca da descontextualização do mito e da resignificação do mesmo por internautas que até então não possuíam contato com o folclore brasileiro. Em primeiro lugar, supõe-se que a associação entre Cuca e a música *Check It Out* se deu por conta da caracterização e performance da cantora Nick Minaj no videoclipe divulgado em 2010, onde a artista em questão surge com uma *lace* loira e reproduz uma coreografia robótica que se assemelha aos gestos de Cuca no GIF viralizado. Para além, é possível que o autor do meme tenha relacionado ambos os elementos por conta do trecho “eles sabem que eu sou o bicho, eu sou muito selvagem” (ADAMS, et al, 2010, n.p), fazendo então uma sátira, ou seja, uma leitura irônica da música ao compreendê-la em seu sentido literal.

Nesse sentido, apesar do desconhecimento acerca do caminho percorrido pela personagem mitológica, da televisão brasileira as redes sociais norte-americanas, nota-se que as resignificações imagéticas preservam determinadas características originalmente atribuídas pela cultura popular, como o caráter animalesco e agressivo do mito, que se fez presente na conexão entre o GIF e a música já referenciada. Em contrapartida, a narrativa histórica do agente folclórico, que imputa à Cuca o título de devoradora de crianças (CASCUDO, 1983), se esvai nos processos de trocas e importações culturais, o que acaba dificultando a compreensão real da cultura popular e promovendo distorções no imaginário coletivo de povos que não possuem contato com as manifestações artísticas brasileiras.

¹² Disponível em: [will.i.am, Nicki Minaj - Check It Out \(Official Music Video\) - YouTube](https://www.youtube.com/watch?v=william). Acessado em 07/10/2022.

Figura 3 - Cuca viraliza com música de Nick Minaj



Fonte: Twitter¹³

No mesmo mês de 2017, após o episódio envolvendo a rapper estadunidense, Cuca ganhou uma nova roupagem ao tornar-se símbolo do movimento LGBTQIA+ entre as comunidades digitais norte-americanas¹⁴, que elegeram, por sua vez, diferentes artistas e personagens literários e audiovisuais para representar o grupo durante o mês do orgulho LGBTQIA+ (UOL, 2021). A associação do mito folclórico à comunidade em questão deu-se, sobretudo, por conta da aproximação performática entre a Cuca e as drag queens, representadas na sigla por meio da letra “Q”.

Queer é [...] o sujeito da sexualidade desviante – homossexuais, bissexuais, transexuais, travestis e drags. É o excêntrico que não deseja ser ‘integrado’ e muito menos ‘tolerado’. Queer é um jeito de pensar e de ser que não aspira o centro nem o quer como referência; um jeito de pensar que desafia as normas regulatórias da sociedade, que assume o desconforto da ambiguidade, do ‘entre lugares’ do indecível. (JESUS, 2012, p.8)

¹³ Disponível em: Harley Cup on Twitter: ""Da done done The sun done Yep the sun done Came up but we still up in dungeon Da done done Yep in London" <https://t.co/mZmBKSi2p1>" / Twitter, acessado em 05/10//2022.

¹⁴ Cuca do Sítio do Pica-Pau Amarelo vira ícone LGBTQ+ internacionalmente. Rolling Stone, disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/noticia/cuca-do-sitio-do-pica-pau-amarelo-vira-icone-lgbtq-internacionalmente/>, acessado em 05/05/2022.

Ainda com relação às drag queens, Jesus (2012, p.18) afirma que tal expressão é direcionada para “artistas que fazem uso de feminilidade estereotipada e exacerbada em apresentações [...], [sendo que estes performistas] são homens fantasiados como mulheres”. Para além, a autora também ressalta que “o termo mais antigo, usado no Brasil para tratá-los, é o de artistas transformistas [...] [já que] são transformistas, [ou seja] vivenciam a inversão do gênero como diversão, entretenimento e espetáculo, não como identidade. (JESUS, 2012, p.18). Quanto ao perfil estético característico destes artistas, Oliari e Zamboni (2021) explicam que a performance envolve diferentes etapas da montagem, como a escolha do nome, a compra ou costura das roupas e a produção das maquiagens e dos penteados.

Figura 4 - Cuca é eleita como representante da comunidade LGBTQIA+



Fonte: Twitter ¹⁵

Através [da montagem] entram em cena os contornos, as cores, os desenhos das sombras espalhadas no rosto, o tamanho e espessura do delineador, a curvatura dos cílios, das sobrancelhas e o volume dos lábios. Os enchimentos, as vestimentas, incontáveis combinações de jogos de luzes e de texturas que produzirão diferentes silhuetas também são pontos muito bem explorados pelas drags (OLIARI, ZAMBONI, 2021, p.279).

¹⁵ Disponível em: T. Kyle ?? on Twitter: "gay twitter: babadook is the new gay icon!!! three days later: <https://t.co/9pF9kjq4w7>" / Twitter, acessado em 05/10//2022.

Dessa maneira, com base no repertório apresentado acerca deste grupo de artistas, é possível deduzir que a aproximação entre este e o mito folclórico brasileiro tenha se dado por conta das vestimentas e gesticulações da figura mítica, tendo em vista que suas expressões corporais e figurinos podem remeter as performances das drag queens. Dito isso, presume-se que as novas configurações de Cuca no movimento LGBTQIA+, ainda que recuperem as construções imagéticas dos meios de comunicação de massa - e, portanto, se guiem por ideais que mesclaram os sentidos populares e midiáticos - contribuem para a disseminação do folclore para outros povos e, mais ainda, permitem que estas sociedades conheçam, mesmo que de forma simplista, as raízes históricas do mito, como observa-se nos tweets que seguem:

Figura 5 - Cuca do “Sítio do Pica Pau Amarelo” viraliza nas redes sociais estadunidenses



Fonte: Twitter ¹⁶

¹⁶ Disponível em: kay. on Twitter: "Who is this queen? Is she a alligator or a crocodile? The girlies wanna know. <https://t.co/COjaGd7ejU>" / Twitter, acessado em 05/10//2022.

Figura 6 - Usuário explica origem da personagem Cuca ao associá-la ao “bicho papão”



Fonte: Twitter ¹⁷

Três anos depois, Cuca voltou a ser destaque nas redes sociais, mas dessa vez em solo nacional e por razões políticas. Em meio a pandemia causada pela Covid-19, o presidente brasileiro Jair Bolsonaro (na época, sem partido) questionou a eficácia das vacinas contra a doença em uma entrevista realizada em Porto Seguro (BA) no final de dezembro de 2020 (UOL, 2020). Durante as falas, Bolsonaro colocou em dúvida os efeitos colaterais que as vacinas poderiam trazer aos imunizados e afirmou que não seria responsabilizado caso as doses transformassem as pessoas em jacaré ou super-homem (UOL, 2020). Após a declaração, diversas imagens viralizaram nas redes sociais associando os vacinados à figura de Cuca, em referência a sua aparência de réptil.

¹⁷ Disponível em: Yann on Twitter: "#Cuca is a brazilian character that's like the boogiemán. You know thats a great country when the boogeyman is a drag queen gator <https://t.co/f0oeu22AYp>" / Twitter, acessado em 05/10/2022.

Figura 7 - Ator se fantasia de Cuca para tomar vacina contra covid-19



Fonte: g1¹⁸

A ação virtual em questão, valendo-se das descrições físicas¹⁹ enraizadas no imaginário popular por conta do seriado Sítio do Pica Pau Amarelo (CAMARGO, 2006), ressignifica o mito folclórico ao afastar-se de uma “figura [ligada] [...] ao medo, a maldade e ao antagonismo” (MELQUIADES, 2021, p. 48) e tornar-se símbolo do movimento pró-vacina, que perpassa, por sua vez, pelas noções de vida e saúde e rompe com os ideais originalmente defendidos pela entidade folclórica. Por fim, após a promoção de reflexões em torno do imbricamento entre a cultura popular, a cultura midiática e a cibercultura, convém estabelecer um debate final que elucide o fenômeno da internetização dos mitos folclóricos quanto a dualidade entre a democratização e a desvalorização do folclore diante da hibridização cultural e dos processos de manutenções e ressignificações dos sentidos mitológicos.

¹⁸ Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/noticia/2021/08/10/ator-se-fantasia-de-cuca-para-tomar-vacina-contracovid-19-em-taubate-sp-video.ghtml>, acessado em 05/05/2022.

¹⁹ Como já dito, na adaptação televisiva e literária do mito folclórico, Cuca torna-se um “jacaré fêmea enorme, gorducho, que anda sobre as patas traseiras, arrastando a cauda gorda, e com uma cabeleira (peruca) loira” (CAMARGO, 2006, p 293)

Massificação ou democratização? Reflexões sobre a “Internetização” dos mitos folclóricos

Desde o surgimento da Indústria Cultural, conceito criado por Theodor Adorno e Max Horkheimer, muito se tem comentado a respeito da produção em série de obras culturais. Para a Escola de Frankfurt, conhecida por abrigar tais pensadores, a padronização da cultura é responsável por entreter o povo e evitar que ele desenvolva uma visão crítica com relação à classe dominante (CALDAS, 1987). Tal pensamento, inspirado no marxismo, é fortemente criticado pela Escola Canadana, que defende a ideia de que a disseminação da cultura através do *mass media* auxilia no processo de democratização e internacionalização da cultura, conforme defende Caldas (1987).

Hoje, tais discussões atingiram a esfera digital e ganharam uma nova dimensão: de um lado, defende-se a noção de que a interatividade e as conexões em escala planetária, somadas às transformações do sujeito em consumidor e produtor de informação simultaneamente, deram à internet a capacidade de romper fronteiras geográficas e promover o compartilhamento de saberes e experiências entre diferentes povos, conforme discorre Lévy (1999). Do outro lado, tais trocas culturais resultam não só em um processo de uniformização e apagamento das diversidades culturais, como também na fragmentação e descontextualização dos elementos folclóricos (TRIGUEIRO, 2002), certamente em razão da fluidez dos conteúdos digitais (PINTO, SOUSA, 1998).

Nos episódios que marcaram a circulação do mito Cuca nas redes sociais entre os anos de 2017 e 2021, nota-se que, embora a personagem tenha sido desvinculada do seu contexto original, ou seja, da posição de bruxa devoradora de crianças desobedientes (CASCUDO, 1983) e assumido novas versões, houve a preservação de determinadas características do mito folclórico, como os ideais animalesco e afrontoso, no caso dos memes norte-americanos, e a representação de uma jacaré fêmea, no que diz respeito ao episódio do movimento pró-vacina. Para além, a pluralidade das histórias em torno do mito, que antes eram restritas ao âmbito local, ultrapassaram a barreira geográfica com a internet e se remodelaram ao entrarem em contato com outras culturas, tornando o folclore ainda mais rico e diverso (MELO, 2005). Ainda segundo Melo (2005), a constante circulação dos elementos folclóricos “que pareciam sepultados na memória nacional, regional ou local [...] [ressuscitaram] profusamente, facilitando a interação entre gerações diferentes [e] permitindo o resgate de celebrações, ritos ou festas aparentemente condenados ao esquecimento” (MELO, 2005, p. 2). No mais, a descontextualização de

Cuca na web pode ser relativizada, uma vez que “quase não há mais mensagens ‘fora de contexto’, separadas de uma comunidade ativa. Virtualmente, todas as mensagens encontram-se mergulhadas em um banho comunicacional fervilhante de vida, do qual o ciberespaço surge como um coração” (LÉVY, 1999, p. 118). Desse modo, compreende-se, portanto, que a expansão do folclore brasileiro para o ciberespaço dá voz aos povos marginalizados que, diante da segregação dos veículos de comunicação de massa, encontram diferentes formas para transmitir seus saberes diariamente (BELTRÃO, 1980) e, assim o fazem por meio de trocas culturais e ressignificações que conservam determinadas características dos elementos folclóricos originais.

Considerações finais

Com o objetivo de identificar as permanências e ressignificações imagéticas atribuídas pelas redes sociais ao mito folclórico da Cuca, este projeto se propôs a analisar os episódios compreendidos entre os anos de 2017 e 2021 onde a entidade em questão rompeu as barreiras geográficas e tornou-se símbolo de movimentos sociais, políticos e ideológicos nacionais e internacionais. Por meio de uma revisão bibliográfica, foi possível identificar três casos que se enquadram neste cenário e trazem à tona algumas temáticas que elucidam o processo de hibridização cultural, como a folkmídia e a folkcomunicação, de forma em que novas discussões sejam estabelecidas, como a dualidade entre a massificação e a democratização do folclore nas mídias digitais.

Nesse sentido, considerando que a folkmídia analisa as representações da cultura popular por meio dos veículos de comunicação de massa (LUYTEN, 2002) e que a folkcomunicação se dedica a observar os procedimentos realizados pelos folcloristas para transmitir a cultura popular a partir de aparatos midiáticos e tecnológicos (TRIGUEIRO, 2012), chega-se a noção de que as culturas são naturalmente híbridas e, conseqüentemente, passíveis de sofrerem importações de outras culturas (CUCHE, 1999). Tais pensamentos não só são estendidos para o cenário digital, como também tornam a hibridização cultural ainda mais dinâmica, veloz e complexa (COSTA et al, 2009), garantindo que os processos de ressignificações, mesclagens e permanências tornem-se ainda mais visíveis. Prova disso são os episódios selecionados para este projeto, onde o mito folclórico da Cuca é retirado de seu contexto original e inserido em diferentes ambientes que propiciam a preservação de determinados ideais folclóricos ao mesmo tempo em que ocasionam a transformação e repaginação de tantos outros.

O primeiro episódio analisado trouxe a aproximação entre a personagem brasileira e a música *Check It Out*, da cantora Nick Minaj, em um GIF viralizado nas redes sociais norte-americanas. O imbricamento entre os dois elementos pode ter sido ocasionado, conforme salientado, pelas semelhanças entre a performance e o figurino de ambas as agentes envolvidas ou pela associação entre a palavra “selvagem” - contida na letra da canção - e a figura folclórica. Neste caso, notou-se que, ao passo em que algumas características basilares da entidade foram preservadas, como a agressividade e o caráter animalesco, outras foram dissociadas da criação folclórica, como a imagem de Cuca como um bicho papão que se alimenta de crianças (CASCUDO, 1983).

No segundo caso, Cuca tornou-se representante da comunidade LGBTQIA+ ao ter suas performances e vestimentas associadas às drag queens pelos usuários das redes sociais norte-americanas. Nesta resignificação da personagem, a nova configuração de sentidos imagéticos, ainda que mantenha as características estéticas da releitura do mito original - já que preserva o figurino e a atuação da Cuca do Sítio do Pica Pau Amarelo e não da Cuca mitológica - exporta o folclore brasileiro para outras nações e indica as origens dele, associando a figura da bruxa ao conhecido bicho papão.

Por fim, o último episódio analisado se deu em solo brasileiro e diz respeito ao elo entre a bruxa folclórica e o movimento Pró-Vacina, que fez da entidade seu símbolo por conta dos discursos negacionistas do presidente Jair Bolsonaro. Aqui, as características físicas da Cuca televisiva foram mantidas, como a ideia de uma jacaré fêmea e loira, mas sua personalidade maldosa e seu papel de sequestradora de crianças foram alterados pelos ideais defendidos pela Organização Mundial da Saúde, como a vacinação em favor da vida, da saúde e do bem-estar.

As permanências e alterações da cultura popular no ambiente digital, notavelmente observadas pelo estudo de caso, geram debates entre os folcloristas que condenam a hibridização cultural, alegando a massificação e a desvalorização do folclore, e os estudiosos que defendem a “internetização” dos elementos populares por conta da democratização da arte. Apesar do artigo em questão não se propor a defender um dos lados, pode-se concluir que a presença dos mitos folclóricos no ciberespaço não tornou suas histórias esvaziadas de sentido; pelo contrário, possibilitou que a cultura popular se tornasse ainda mais rica, diversa e global. Nessa irrupção de novos sentidos, percebe-se, paradoxalmente, a resistência de histórias e personagens enraizados ao longo do tempo

nas dimensões culturais e imaginárias. Ao tornar-se meme, a Cuca aproxima alteridades e redimensiona significados.

Referências

- AMPHILO, M. I. Folkcomunicação: por uma teoria da comunicação cultural. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, [S. l.], v. 9, n. 17, 2011. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/18818>.
- BELTRÃO, Luís. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.
- BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **O que é folclore**. São Paulo: Brasiliense, 2007.
- BENEDITO, Mouzar. 2007. **Saci - o Guardião da Floresta**. São Paulo: Editora Salesiana, 2007.
- BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação na sociedade contemporânea**. Porto Alegre: Com. Gaúcha de Folclore, 2004.
- CALDAS, Waldenyr. **O que todo cidadão precisa saber sobre Cultura de Massa e Política de Comunicação**. São Paulo: Global Editora, 1987.
- CAMARGO, Evandro do Carmo. **Um estudo comparativo entre O Sacy-Pererê: resultado de um inquérito (1918) e O Saci (1921), de Monteiro Lobato**. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Ciências e Letras de Assis. Universidade Estadual Paulista, Assis, SP, 2006.
- CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas - estratégias para entrar e sair da modernidade**. Tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. São Paulo: EDUSP, 1997.
- CARDOSO, Yasmin Ribeiro Gatto; NEVES, Soriany Simas. Evidências folkcomunicacionais e folkmidiáticas no boi de Rua de Parintins. **Revista Eletrônica Mutações**, [S.l.], v. 4, n. 7, ago. 2013. ISSN 2178-7018.
- CARTA do Folclore Brasileiro. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE FOLCLORE 1. De 22 a 31 de agosto de 1951. Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 1951. V.1. Disponível em: www.fundaj.gov.br/geral/folclore/carta.pdf.
- CARVALHO NETO, Paulo de. **Folclore e educação**. Rio de Janeiro: ed. Forense Universitária: Salamandra; São Paulo, secretaria de cultura do Estado de São Paulo, 1981.
- CASCUDO, L.C. **Dicionário do Folclore Brasileiro**. Rio de Janeiro: Edições de Ouro, 1983.
- CASCUDO, L.C. **Geografia dos Mitos Brasileiros**. 1 ed. São Paulo: Global, 2012.
- CGI.BR. **Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros: TIC Domicílios**, ano 2018. Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2019. Disponível em: https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/12225320191028-tic_dom_2018_livro_eletronico.pdf.

COSTA, L. R.; TRIGUEIRO, O. M.; BEZERRA, E. P. Folkcomunicação e Cibercultura: Os Agentes Populares na Era Digital. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, [S. l.], v. 7, n. 14, 2010. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/18742>.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas Ciências Sociais**. Bauru:EDUSC, 1999.

DEL CAMPO TEJEDOR, Alberto; RUIZ MORALES, Fernando. Aún viene el Coco: origen, pervivencia y transformación de un clásico del miedo infantil. **Athenea Digital**, 18(2): e2040 (julio 2018).

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1993.

FERREIRA, S. R.; MARTINS, B.D.R. Do Folk Media ao Social Media – diálogos entre Cultura Popular e Cibercultura na sociedade em rede. InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação, **Revista Extraprensa**; v. 5, n. 1, p. 21-30, 2011.

GUEDES, Marcelo. **Os impactos do efeito bolha causado pelos algoritmos do Facebook para o direito de resposta**. InCID: Boletim Científico ESMPU, Brasília, a. 16 – n. 50, p. 67-85 – jul./dez, 2017.

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

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. **Dialéctica del iluminismo**. Buenos Aires, 1870.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2008.

JESUS, Jaqueline Gomes de. **Orientações Sobre Identidades de Gênero**: conceitos e termos. Brasília: Autor, 2012.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LOBATO, Monteiro. **O Saci**. São Paulo: Monteiro Lobato e Cia, 1921.

LUYTEN, Joseph. Folclórico. V FOLKCOM. Santos/SP, 2002.

MARQUES DE MELO, José. **Mídia e folclore**. Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação, Maringá, 2001.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais**: Linguagens, ambientes e redes. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

MARTINS, A. A. L.; MARTELETO, R. **Cultura, ideologia e hegemonia**. InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação, v. 10, n. 1, n. 1, p. 5-24, 2019.

MELQUIADES, Felipe Sampaio do Nascimento. **Ressignificando personagens do folclore brasileiro no universo visual de Pokémon**. 2021. 122 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Sistemas e Mídias Digitais) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2021.

NAVARRO, Vinicius. Sites of convergence: an interview with Henry Jenkins. **Contracampos**, n. 21, p. 2-26, 2010.

SILVEIRA, S. A. Convergência digital, diversidade cultural e esfera pública. In: PRETTO, N. L.; SILVEIRA, S. A. (Org.). **Além das redes de colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder**. Salvador: EDUFBA, 2008.

SIMÕES, Isabella de Araújo Garcia. A Sociedade em Rede e a Cibercultura: dialogando com o pensamento de Manuel Castells e de Pierre Lévy na era das novas tecnologias de comunicação. **Revista Eletrônica Temática**. Ano V, n, 2009.

THOMS, William. Folklore. **The Athenaeum**, v. 982, 1846.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. Os caminhos da folkcomunicação na atualidade: perspectivas para o século XXI. In: LOPES FILHO, Boanerges [et. al.]. **A folkcomunicação no limiar do século XXI**. Juiz de Fora: Ed. UFJF, 2012.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. As festas folclóricas como acontecimento midiático: reinventando a cultura nordestina. In: Congresso Brasileiro de Folclore, 10, 2002. São Luís. Catálogo São Luís: Comissão Nacional de Folclore: comissões estaduais de folclore, 2002.

OLIARI, Matheus Flauzino; ZAMBONI, Jesio. A performance drag queen e suas reverberações. **Linha Mestra**, v. 15, n. 44, 2021.

UOL. Bolsonaro: "Se tomar vacina e virar jacaré não tenho nada a ver com isso". **Youtube**, 17 dez.2020. Disponível em: <www.youtube.com/watch?v=IBCXkVOEH-8>. Acesso em: 13. ago.2021.

VIEIRA, Maressa de Freitas. **O saci na tradição local no contexto da mundialização e da diversidade cultural**. 2009. Tese (Doutorado em Filologia e Língua Portuguesa) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.