



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO

BRUNA FRANCO CASTELO BRANCO CARVALHO

VIVA SÃO JOÃO! UM PARALELO LUSO-BRASILEIRO DOS CIRCUITOS
JUNINOS (BRAGA X FORTALEZA) E SEUS PROCESSOS
FOLKMIDIÁTICOS AUDIOVISUAIS

FORTALEZA

2024

BRUNA FRANCO CASTELO BRANCO CARVALHO

VIVA SÃO JOÃO! UM PARALELO LUSO-BRASILEIRO DOS CIRCUITOS
JUNINOS (BRAGA X FORTALEZA) E SEUS PROCESSOS FOLKMIÁDICOS
AUDIOVISUAIS

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do Título de Doutora em Comunicação. Área de concentração: Meios e Processos Comunicacionais.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Érica de Oliveira Lima.
Coorientador: Prof. Dr. Alberto Pena Rodriguez.

FORTALEZA

2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Sistema de Bibliotecas

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

C321v Carvalho, Bruna Franco Castelo Branco.

Viva São João! Um paralelo luso-brasileiro dos circuitos juninos (Braga x Fortaleza) e seus processos folkmediáticos audiovisuais / Bruna Franco Castelo Branco Carvalho. – 2024.

342 f. : il. color.

Tese (doutorado) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Fortaleza, 2024.

Orientação: Profa. Dra. Maria Érica de Oliveira Lima.

Coorientação: Prof. Dr. Alberto Pena Rodriguez.

1. São João. 2. Fortaleza. 3. Braga. 4. Folkcomunicação. 5. Práticas sociais. I. Título.

CDD 302.23

BRUNA FRANCO CASTELO BRANCO CARVALHO

VIVA SÃO JOÃO! UM PARALELO LUSO-BRASILEIRO DOS CIRCUITOS
JUNINOS (BRAGA X FORTALEZA) E SEUS PROCESSOS FOLKMIÁDICOS
AUDIOVISUAIS

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do Título de Doutora em Comunicação. Área de concentração: Meios e Processos Comunicacionais.

Aprovado em: 24/04/2024.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Maria Érica de Oliveira Lima (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará

Prof. Dr. Alberto Pena Rodriguez (Coorientador)
Universidade de Vigo

Profa. Dra. Karina Janz Woitowickz
Universidade Estadual de Ponta Grossa

Profa. Dra. Rita Maria Ribeiro Gonçalves
Universidade do Minho

Prof. Dr. Jack Alden Draper III
Universidade de Missouri

Profa. Dra. Cristina Schmidt Silva Portéro
Faculdade Bertogga

Ao meu pai, Moacir (*in memoriam*).
Aos amantes do São João.

AGRADECIMENTOS

Manifesto minha gratidão a Deus, por abrir os caminhos para oportunidades extraordinárias e por me sustentar durante todo o percurso do curso de Doutorado. Agradeço à minha família, à minha mãe Ivone, pelo importante apoio e compreensão de minhas ausências ao longo dos últimos quatro anos; e ao meu irmão, Raphael, pelo encorajamento, suporte, a escuta e aconselhamento diário durante meu percurso acadêmico. Reconheço também as preciosas amizades construídas no PPGCOM/UFC, na pessoa de Claudiene Costa, pelo companheirismo, a suavidade e a convivência afetiva em tantas e decisivas jornadas acadêmicas.

Minha eterna gratidão a quem esteve ao meu lado em todos os momentos até a sua precoce partida, meu amado pai Moacir, vitimado pela pandemia de coronavírus, a quem dedico esta tese e a obtenção do título de Doutorado. Registro também agradecimentos aos familiares e amigos perdidos durante os últimos anos, que perpetuarão em nossa memória carinhosa: minha avó, Maria Adir; meus padrinhos, tio Oscar e tia Jesus; o professor do PPGCOM/UFC, Osmar Gonçalves; e a minha colega de Mestrado, Camila Holanda.

Meu notável agradecimento à minha orientadora, Maria Érica, pela confiança em mais uma parceria acadêmica, e por, mesmo nos momentos difíceis, desempenhar um belíssimo trabalho na condução dos encaminhamentos para esta pesquisa. Agradeço à professora Maria Érica por exercer sempre além da sua missão profissional, entusiasmando-nos no percurso acadêmico, com sua leveza, amizade, aconselhamentos, lealdade e compreensão. A ela, gratidão sempre!

Agracio também o meu coorientador, professor Alberto Pena, e a professora Rita Ribeiro, pelo atencioso aceite na missão de instruir este trabalho, em seus respectivos países, da forma mais gentil e acolhedora possível. Muita gratidão aos professores membros da banca examinadora, que prontamente aceitaram esse desafio e pelas valorosas contribuições dadas à investigação, com base em suas notáveis experiências profissionais. Meu reconhecimento a todos os que cooperaram com a concessão de dados e ricas informações para o desenvolvimento desta investigação, destacadamente, Rui Ferreira, Rainarah Fontenelle e Dilson Alexandre. Por fim, gratidão a todos os que mantêm acesa a chama e a magia das festas de São João.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de

Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001. Meu reconhecimento e gratidão à CAPES, por facilitar e oportunizar a realização desta tese de doutoramento, a partir do financiamento de bolsas de estudos no Brasil, e no exterior, através do Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior (PDSE).

“Olha pro céu, meu amor
Vê como ele está lindo
Olha praquele balão multicolor
Como no céu vai sumindo

Foi numa noite igual a esta
Que tu me deste o coração
O céu estava assim em festa
Pois era noite de São João

Havia balões no ar
Xote, baião no salão
E no terreiro o teu olhar
Que incendiou meu coração”

(Luiz Gonzaga)
Olha pro céu.

RESUMO

A presente tese propõe investigar como se organizam atualmente os ciclos das festas de São João na cidade portuguesa de Braga e na cidade brasileira de Fortaleza (CE), traçando um paralelo comparativo luso-brasileiro entre ambas sob o ponto de vista cultural e estrutural dos festejos juninos, uma vez que as duas cidades atraem para si olhares de interesses midiáticos (Freitas, 2011) e turísticos (Castro, 2012) sobre os eventos do mês de junho. O objetivo da tese visa identificar os traços comparativos entre as estruturas, expressões culturais e disposição dos festejos juninos contemporâneos brasileiros e portugueses; bem como verificar os processos folkcomunicação audiovisuais promovidos pelos canais de televisão *TV Verdes Mares* e *Braga TV* em seus respectivos países de operação. De natureza metodológica qualitativa etnográfica, a pesquisa se baseia em um estudo de caso (Meirinhos, Osório; 2010) comparativo, aplicando técnicas distintas para a coleta de dados, tais como: observação participante, entrevistas semiestruturadas (Sampieri, 2014), pesquisa bibliográfica e análise documental (Zanella, 2013). Amparados na teoria da folkcomunicação (Beltrão, 2014), analisamos isoladamente a edição de 2023 do “Arraiá do Ceará” e do “São João de Braga”, identificando também o processo folkmidiático (Luyten, 2002) de elaboração e apresentação das campanhas temáticas juninas das emissoras *TV Verdes Mares*, no Brasil, e *Braga TV*, em Portugal. Como resultado investigativo, constatamos que o conteúdo oferecido pelos dois veículos de comunicação são significativos para o processo de distinção das cidades (Lefèbvre, 2001) em seus respectivos países, pois testemunham a complexa diversidade existente na festa de São João enquanto fenômeno múltiplo e heterogêneo, que se particulariza pela natureza, padrão festivo e processo histórico construído por cada sociedade.

Palavras-chave: São João; Fortaleza; Braga; Folkcomunicação; Práticas sociais.

ABSTRACT

The present thesis purposes to investigate how the São João festival cycles are currently organized in the Portuguese city of Braga and the Brazilian city of Fortaleza (CE), drawing a comparative Portuguese-Brazilian parallel between both from the cultural and structural point of view of the festivities of June, since the two cities attract attention from media interests (Freitas, 2011) and tourists (Castro, 2012) on the events of the month of June. The objective of the thesis aims to identify the comparative features between the structures, cultural expressions and arrangement of contemporary Brazilian and Portuguese June festivities; as well as verifying the audiovisual folk communication processes promoted by the television channels *TV Verdes Mares* and *Braga TV* in their respective countries of operation. On a qualitative ethnographic methodological nature, the research is based on a comparative case study (Meirinhos, Osório; 2010), applying different techniques for data collection, such as: participant observation, semi-structured interviews (Sampieri, 2014), bibliographic research and document analysis (Zanella, 2013). Supported by the theory of folkcommunication (Beltrão, 2014), we analyzed separately the 2023 edition of “Arraiá do Ceará” and “São João de Braga”, also identifying the folkmedia process (Luyten, 2002) of elaboration and presentation of June thematic campaigns from *TV Verdes Mares*, in Brazil, and *Braga TV*, in Portugal. As an investigative result, we found that the content offered by the two communication vehicles is significant for the process of distinguishing cities (Lefèbvre, 2001) in their respective countries, as they testify to the complex diversity that exists in the feast of Saint John as a multiple and heterogeneous phenomenon, which is particularized by nature, festive pattern and historical process constructed by each society.

Keywords: Saint John; Fortaleza; Braga; Folkcommunication; Social practices.

RESUMEN

La presente tesis propone investigar cómo se organizan actualmente los ciclos del festival de San Juan en la ciudad portuguesa de Braga y la ciudad brasileña de Fortaleza (CE), trazando un paralelo comparativo luso-brasileño entre ambas desde el punto de vista cultural y estructural de las festividades de junio, ya que las dos ciudades atraen la atención de los intereses mediáticos (Freitas, 2011) y turísticos (Castro, 2012) sobre los eventos del mes de junio. El objetivo de la tesis apunta a identificar los rasgos comparativos entre las estructuras, expresiones culturales y disposición de las festividades de junio brasileñas y portuguesas contemporáneas; así como verificar los procesos de comunicación popular audiovisual impulsados por los canales de televisión *TV Verdes Mares* y *Braga TV* en sus respectivos países de operación. De carácter metodológico etnográfico cualitativo, la investigación se basa en un estudio de caso comparativo (Meirinhos, Osório; 2010), aplicando diferentes técnicas de recolección de datos, tales como: observación participante, entrevistas semiestructuradas (Sampieri, 2014), investigación bibliográfica y análisis de documentos (Zanella, 2013). Apoyados en la teoría de la folkcomunicación (Beltrão, 2014), analizamos por separado la edición de 2023 del “Arraiá do Ceará” y del “São João de Braga”, identificando también el proceso folkmedia (Luyten, 2002) de elaboración y presentación de las campañas temáticas de junio de la *TV Verdes Mares*, en Brasil, y *Braga TV*, en Portugal. Como resultado de la investigación, encontramos que los contenidos ofrecidos por los dos vehículos de comunicación son significativos para el proceso de distinción de ciudades (Lefèbvre, 2001) en sus respectivos países, ya que testimonian la compleja diversidad que existe en la fiesta de San Juan como un fenómeno múltiple y heterogéneo, que se particulariza por la naturaleza, patrón festivo y proceso histórico construido por cada sociedad.

Palabras-clave: San Juan; Fortaleza; Braga; Folkcomunicación; Practicas sociales.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Os três santos juninos.....	58
Figura 2 - Festa de São João ao redor da Igreja.....	61
Figura 3 - Localização geográfica definida em verde pela região da Galícia em território espanhol e em laranja pela região Norte do território português.....	62
Figura 4 - Festa de São João comunitária.....	66
Figura 5 - Festa Junina no Clube Espéria, 1933, Revista Esperia/Junho de 1933.....	68
Figura 6 - Logomarca comemorativa dos 53 anos da TV Verdes Mares.....	126
Figura 7 - Logomarca do canal Braga TV.....	132
Figura 8 - Localização geográfica do município de Fortaleza (dentro do mapa do Ceará).....	137
Figura 9 - Avenida João Pessoa (que liga os bairros Benfica e Parangaba) pavimentada e revestida de concreto tardiamente, em 1929.....	142
Figura 10 - Crianças e adultos no Passeio Público de Fortaleza – Belle Époque (início do século XX).....	147
Figura 11 - Loja popular com venda de produtos de São João, no centro de Fortaleza (junho/2023).....	153
Figura 12 - Foto da Casa de show <i>Cajueiro Drinks</i> em noite de festa, em Fortaleza, anos 1990.....	162
Figura 13 - Matéria jornalística sobre festa da emissora de rádio FM 93 (SVM) em casa de forró de Fortaleza, em 1997.....	163
Figura 14 - Fachada da casa de shows <i>Kukukaya</i> , em Fortaleza.....	166
Figura 15 - Cartaz de divulgação do São João de Fortaleza 2016.....	173
Figura 16 - Localização geográfica do distrito de Braga (dentro do mapa de Portugal).....	181
Figura 17 - Enquadramento Administrativo do Concelho de Braga, segundo as	182

NUTS.....	
Figura 18 - Brasão da Cidade de Braga - Escudo Peninsular Azul.....	185
Figura 19 - Identidade Institucional da cidade de Braga.....	186
Figura 20 - Estátua do Cesar Augusto (de máscara, devido ao período de pandemia), no Largo Paulo Osório – Braga.....	189
Figura 21 - Capela de São João da Ponte, em Braga – Portugal.....	198
Figura 22 - Logomarca do São João do Ceará Solidário 2020.....	210
Figura 23 - Estúdio de transmissão montado para apresentação dos <i>shows</i> no “São João do Ceará Solidário” 2020, do SVM.....	211
Figura 24 - Cartaz de divulgação do São João de Fortaleza 2021 da Rede de equipamentos da Secult-CE.....	212
Figura 25 - Post de divulgação do Especial Piseiro publicado no perfil do Instagram da TV Verdes Mares.....	213
Figura 26 - Post de divulgação do São João Live Nordeste 2021 publicado no perfil do Instagram da TV Verdes Mares.....	214
Figura 27 - Post publicado no mês de junho na página do Instagram da TV Verdes Mares.....	216
Figura 28 - Post publicado no mês de junho na página do Instagram da TV Verdes Mares.....	216
Figura 29 - Post de divulgação publicado no mês de junho na página do Instagram da TV Verdes Mares.....	218
Figura 30 - Post publicado na página do Instagram da TV Verdes Mares.....	219
Figura 31 - Post publicado na página do Instagram da TV Verdes Mares.....	220
Figura 32 - Matéria sobre o cancelamento das festas de São João de Braga de 2020, publicada no portal da emissora Braga TV.....	223
Figura 33 - Cartaz de divulgação do São João dentro de portas de Braga, em 2020.....	224
Figura 34 - Cartaz oficial de divulgação do São João de Braga entre portas, em 2021.....	227

Figura 35 - Matéria jornalística sobre as festas de São João de Braga, produzida pela emissora Braga TV, publicada em junho de 2021.....	229
Figura 36 - Matéria jornalística sobre as festas de São João de Braga, produzida pela emissora Braga TV, publicada em maio de 2021.....	230
Figura 37 - Cartaz oficial de divulgação do São João de Braga de 2022.....	232
Figura 38 - Matéria de divulgação do retorno das festas de São João de Braga, produzida pela emissora <i>Braga TV</i> , publicada em fevereiro de 2022.....	232
Figura 39 - Balanço da divulgação do “São João do Ceará” de 2019 na mídia.....	236
Figura 40 - Logomarca oficial do “Arraiá do Ceará” 2023.....	238
Figura 41 - Informações de divulgação do “Arraiá do Ceará” 2023.....	238
Figura 42 - Divulgação da realizadora oficial do “Arraiá do Ceará” 2023.....	239
Figura 43 - Brincadeira da Pescaria durante o evento “Arraiá do Ceará”.....	240
Figura 44 - Doce conquistado na brincadeira da Pescaria durante o evento “Arraiá do Ceará” embalado com a logomarca da TVM.....	240
Figura 45 - Cotidiano da festividade “Arraiá do Ceará 2023”.....	241
Figura 46 - Cotidiano da festividade “Arraiá do Ceará 2023”.....	241
Figura 47 - Cotidiano da festividade “Arraiá do Ceará 2023”.....	241
Figura 48 - Cotidiano da festividade “Arraiá do Ceará 2023”.....	241
Figura 49 - Cotidiano da festividade “Arraiá do Ceará 2023”.....	241
Figura 50 - Publicação da União Junina no Instagram anunciando a pontuação e ranking geral das quadrilhas em disputa.....	244
Figura 51 - Publicação da quadrilha cearense “Junina Babaçu”, campeã do festival, no seu perfil do Instagram.....	244
Figura 52 - Publicação da quadrilha cearense “Junina Babaçu”, campeã do festival, no seu perfil do Instagram.....	244
Figura 53 - Imagens do Festival de Quadrilhas Juninas da (Rede) Globo Nordeste, exibido na TV Verdes Mares.....	245

Figura 54 - Imagens do Festival de Quadrilhas Juninas da (Rede) Globo Nordeste, exibido na TV Verdes Mares.....	245
Figura 55 - Programa São João do Nordeste exibido pela Globo Nordeste.....	247
Figura 56 - Cabine fotográfica 360° do patrocinador Aurora Alimentos.....	249
Figura 57 - Cabine fotográfica 360° com as logomarcas do “Arraiá do Ceará” e do North Shopping Jóquei	249
Figura 58 - Balanço de público do “Arraiá do Ceará” de 2023.....	251
Figura 59 - Portal de notícias que também faz parte do Sistema Verdes Mares, G1 Ceará, divulgou o “Arraiá do Ceará” na internet.....	251
Figura 60 - Trabalhos de divulgação midiática da festividade de São João pelo Sistema Verdes Mares.....	251
Figura 61 - Trabalhos de divulgação midiática da festividade de São João pelo Sistema Verdes Mares.....	251
Figura 62 - Trabalhos de divulgação midiática da festividade de São João pelo Sistema Verdes Mares.....	251
Figura 63 - Trabalhos de divulgação midiática da festividade de São João pelo Sistema Verdes Mares.....	251
Figura 64 - Clube de Esporte e de Lazer em Fortaleza com decoração junina.....	254
Figura 65 - Padaria em Fortaleza decorada com motivos juninos.....	255
Figura 66 - Shopping da capital decorado para o São João.....	256
Figura 67 - Anúncio de divulgação da festa junina de um <i>shopping</i> de Fortaleza patrocinado no <i>Instagram</i>	257
Figura 68 - Logomarca da festa “São João Vybbe Junina” exibido pela TV Verdes Mares.....	259
Figura 69 - Cartaz de divulgação da edição de 2023 das festas de São João de Braga.....	260
Figura 70 - Cartaz de divulgação das bandas filarmônicas na edição de 2023 do São João de Braga.....	261

Figura 71 - Divulgação do São João Pop'ular no perfil do Instagram da AFSJB.....	262
Figura 72 - Programação do dia 24 de junho (dia de São João Batista) da edição de 2023 das festas de São João de Braga.....	264
Figura 73 - Decoração de 2023 do São João de Braga – Portugal.....	265
Figura 74 - Local de venda dos tradicionais manjericos no São João de Braga – Portugal.....	265
Figura 75 - Capela do São João da Ponte iluminada para as festividades.....	266
Figura 76 - Reprodução simbólica do Batismo de Cristo por São João Batista.....	266
Figura 77 - Apresentação musical de grupo folclórico minhoto desfilando pelas ruas de Braga.....	267
Figura 78 - Decoração e iluminação da festa próximo à Capela de São João da Ponte.....	267
Figura 79 - Estátua de São João Menino.....	268
Figura 80 - Venda de manjericos.....	268
Figura 81 - Sardinhas assadas na festa.....	268
Figura 82 - A AFSJB anuncia, através do <i>stories</i> do <i>Instagram</i> , a venda dos produtos exclusivos das sanjoaninas bracarenses.....	269
Figura 83 - Ponto de Informações e Loja Oficial para venda dos produtos exclusivos das sanjoaninas bracarenses.....	270
Figura 84 - Ação da Agere de conscientização sobre o descarte do lixo durante a festa.....	272
Figura 85 - Propaganda da patrocinadora principal, cerveja Super Bock, para as Festas do São João de Braga.....	273
Figura 86 - Cartazes da patrocinadora, cerveja Super Bock, espalhados na cidade durante as sanjoaninas.....	274
Figura 87 - Exemplo de matéria jornalística sobre o São João de Braga produzida pela emissora pela emissora Braga TV e divulgada em seu portal.....	275
Figura 88 - Matéria audiovisual de divulgação do início das Festas de São João, 277	

em 16 de junho de 2023.....	
Figura 89 - Publicações no <i>Instagram</i> da emissora Braga TV realizadas no mês de junho.....	278
Figura 90 - Publicações no <i>Instagram</i> da emissora Braga TV realizadas no mês de junho.....	278
Figura 91 - Publicações no <i>Instagram</i> da emissora Braga TV realizadas no mês de junho.....	278
Figura 92 - Publicações no <i>Instagram</i> da emissora Braga TV realizadas no mês de junho.....	278
Figura 93 - Quadrilha improvisada em festa de São João para a terceira idade em clube de Fortaleza (junho/2023).....	286
Figura 94 - Artista tocando sanfona ao vivo para clientes de uma padaria de Fortaleza durante o mês junino (junho/2023).....	287
Figura 95 - Serviço de comidas típicas de São João durante festa corporativa junina em empresa de Fortaleza (junho/2023).....	288
Figura 96 - Publicação da Procissão da Paróquia de São João Batista no perfil de <i>Instagram</i> da Paróquia.....	290
Figura 97 - Divulgações e festa de São João na paróquia São João do Tauape, em Fortaleza.....	290
Figura 98 - Divulgações e festa de São João na paróquia São João do Tauape, em Fortaleza.....	290
Figura 99 - Divulgações e festa de São João na paróquia São João do Tauape, em Fortaleza.....	290
Figura 100- Divulgações e festa de São João na paróquia São João do Tauape, em Fortaleza.....	290
Figura 101- Divulgações e festa de São João na paróquia São João do Tauape, em Fortaleza.....	290
Figura 102- Divulgações e festa de São João na paróquia São João do Tauape, em Fortaleza.....	290

Figura 103- Divulgações e festa de São João na paróquia São João do Tauape, em Fortaleza.....	290
Figura 104- Divulgações e festa de São João na paróquia São João do Tauape, em Fortaleza.....	290
Figura 105- Divulgações e festa de São João na paróquia São João do Tauape, em Fortaleza.....	290
Figura 106- Publicação da AFSJB no <i>stories</i> do <i>Instagram</i> divulgando a presença do Grupo Folclórico da Universidade do Minho nas sanjoaninas.....	295
Figura 107- Logomarca da TV Verdes Mares usando um chapéu de palha como acessório fixo durante o mês de junho.....	301

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Dados sobre a cidade de Fortaleza (2022).....	138
Tabela 2 – Demanda Turística de Fortaleza entre os anos de 2010 e 2020, segundo a Secretaria de Turismo do Estado do Ceará.....	171
Tabela 3 – Recursos dos Editais da SECULT-CE (2003 – 2018).....	178
Tabela 4 – Quadro comparativo entre os Censos de 2011 e 2021 (Braga).....	183
Tabela 5 – Tabela comparativa dos eixos de investigação da edição de 2023 das festas “Arriá do Ceará” em Fortaleza e São João de Braga.....	280

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	21
2	METODOLOGIA.....	31
3	TUDO (COMEÇA E) TERMINA EM FESTA.....	41
3.1	Uma festa de reflexões.....	41
3.2	São João: Das origens à atualidade.....	52
4	AS CIDADES PARA ALÉM DO ÓBVIO.....	73
4.1	Definindo Cidade: Diálogos e abordagens possíveis.....	73
4.2	Os Megaeventos nas cidades folkmidiatizadas.....	84
4.3	Ação pública na gestão de festas das cidades.....	94
5	PANORAMA CONCISO DO MEIO TELEVISIVO.....	105
5.1	TV Tradicional x TV Digital (Web Tv): Facetas e Singularidades.....	114
5.1.1	<i>TV Tradicional</i>	116
5.1.2	<i>TV Digital</i>	121
5.2	As emissoras: <i>TV Verdes Mares</i> e <i>Braga TV</i>	125
5.2.1	<i>TV Verdes Mares</i>	125
5.2.2	<i>Braga TV</i>	131
6	AS CIDADES E SUAS FESTAS.....	137
6.1	Fortaleza: Histórico abreviado da capital Alencarina.....	137
6.1.1	<i>Uma capital com ares de interior</i>	148
6.1.2	<i>A população de Fortaleza e sua relação com a festa de São João</i>	149
6.1.3	<i>O Forró no São João: um elo inseparável</i>	153
6.1.4	<i>Inspiração em Luiz Gonzaga: nasce o forró eletrônico</i>	159
6.1.5	<i>A atuação do Poder público nas festas de São João em Fortaleza</i> ...	169
6.1.6	<i>A atmosfera do São João de Fortaleza</i>	175
6.2	Portugal: Braga nunca é só um pouco de história.....	181

6.2.1	<i>De Bracara Augusta à Braga: um percurso longo e duradouro.....</i>	188
6.2.2	<i>A festa de São João em Braga.....</i>	195
7	CRUZANDO DADOS: PARALELO LUSO-BRASILEIRO DOS CIRCUITOS JUNINOS.....	205
7.1	A interrupção das festividades em meio à pandemia de coronavírus.....	205
7.1.1	<i>A incerteza do São João de Fortaleza (Brasil) no hiato entre 2020 e 2022.....</i>	208
7.1.2	<i>A Edição de 2020.....</i>	208
7.1.3	<i>A Edição de 2021.....</i>	211
7.1.4	<i>A Edição de 2022.....</i>	214
7.2	A incerteza do São João de Braga (Portugal) no hiato entre 2020 e 2022.....	222
7.2.1	<i>A edição de 2020.....</i>	222
7.2.2	<i>A edição de 2021.....</i>	226
7.2.3	<i>A edição de 2022.....</i>	231
7.3	O São João de Fortaleza e Braga na edição de 2023.....	235
7.3.1	<i>“Arraiá do Ceará”: A edição de 2023 do São João de Fortaleza.....</i>	236
7.3.2	<i>“A maior festa popular de Portugal”: A edição de 2023 do São João de Braga.....</i>	260
7.4	Quadro Comparativo do São João de Fortaleza e Braga (2023).....	279
8	CONCLUSÃO.....	304
	REFERÊNCIAS.....	318
	APÊNDICE A – ROTEIRO-BASE DA ENTREVISTA REALIZADA COM RUI FERREIRA.....	331
	APÊNDICE B – ROTEIRO-BASE DA ENTREVISTA REALIZADA COM ANDRÉ MARCOS.....	332
	APÊNDICE C – ROTEIRO-BASE DA ENTREVISTA REALIZADA.....	333

COM RAINARAH FONTENELLE.....	
APÊNDICE D – ROTEIRO-BASE DA ENTREVISTA REALIZADA COM JOSÉ PINTO.....	334
ANEXO A – DOCUMENTO DE PÓS-VENDA DA EDIÇÃO DE 2023 DO “ARRAIÁ DO CEARÁ” – FORTALEZA (BRASIL).....	335
ANEXO B – OUTROS REGISTROS FOTOGRÁFICOS DA EDIÇÃO DE 2023 DO “SÃO JOÃO DE BRAGA” – BRAGA (PORTUGAL).....	339

1 INTRODUÇÃO

Maio termina. No campo da religiosidade cristã católica, terminam as coroações nas igrejas, as romarias e um mês bíblico inteiro dedicado à Maria, mãe de Jesus. Então junho inicia como um mês religioso dedicado a três santos populares. Começando por Santo Antônio no dia treze, passando por São João no dia 24 de junho e terminando com São Pedro, em 29 de junho. Na região Nordeste do Brasil, muitas devoções populares são dedicadas a estes santos, sobretudo no que se refere à busca por relacionamentos prósperos na vida amorosa direcionados especialmente a Santo Antônio, por ser considerado o “santo casamenteiro” na crença popular.

A alegria da festa de São João sempre foi algo fascinante. Difícil encontrar alguém que não tenha uma lembrança infantil, uma boa recordação de um passado familiar com ligações às festas juninas em pequenas cidades de interior para compartilhar. Difícil encontrar alguém que não se anime com a proximidade do mês de junho. Um mês que desperta bons sentimentos de nostalgia, de esperança, que precede momentos prazerosos de sociabilidades e remete a áreas da vida que passeiam pela religiosidade, comemoração, troca de estações, reencontros, fim e recomeço de ciclos, abertura de novos laços e uma infinidade de simbologias.

Em grande parte das cidades do Nordeste brasileiro, no campo da natureza, junho representa de modo geral um momento para mudança de estações e está associado a um período de colheitas dos plantios que foram semeados e cultivados nas lavouras nos meses anteriores. Se a colheita é proveitosa, é motivo para celebração com fogueiras acesas pela fartura da vida no campo e este acontecimento motiva também a celebração nas grandes cidades pela possibilidade de lucratividade em venda de produtos campestres e agrícolas para os trabalhadores e comerciantes desse tipo de mercadoria.

No campo religioso, as igrejas católicas começam a se preparar para receber os fiéis dispostos a participar das atividades sociais propostas pelas paróquias, como orações, procissões, bingos e sorteios; e fazer pedidos aos santos: Antônio, João e Pedro. Ocorre a exposição das imagens dos santos evidenciados neste mês, organizam-se celebrações especiais, as paróquias são enfeitadas com

balões e bandeirinhas coloridas clássicas da festa de São João; nas noites específicas dedicadas aos santos é comum ocorrer festividades com música, dança, comida típica e animação de pessoas da comunidade nos pátios das igrejas após as celebrações das missas, às vezes ocorre a explosão de fogos de artifício, sobretudo naquelas paróquias onde um dos três santos populares despontam como padroeiros oficiais.

No campo comercial, começa-se a decorar os espaços com os balões juninos, as fogueiras, a venda de trajes juninos, as propagandas nos meios de comunicação explorando a temática, as músicas animadas do mês de junho, a venda de comidas típicas nas ruas e estabelecimentos, as lojas começam a vender artigos de decoração juninos. As cidades se enchem de cor, música, brilho e animação com a montagem de barraquinhas em espaços públicos e de palcos para a realização de festivais para apresentação das suas manifestações culturais locais, cujos responsáveis já passaram os meses anteriores ensaiando e se preparando para se apresentarem publicamente nos cenários dominados por luzes e cores que dominam o ambiente marcado entre os dias primeiro e trinta de junho de cada ano.

Toda essa composição ajuda a população a entrar no clima da simbologia bucólica, social, religiosa e comercial da celebração das festas de São João e fazem parte do arranjo cultural do Nordeste brasileiro e de uma dada comunidade em sua região de convívio. Não dá pra negar o quanto um evento como esse mexe com os sentimentos da população e movimenta uma cadeia de agentes sociais marcada por profissionais de diversos segmentos, como agricultores, sacerdotes, políticos, comerciantes, artistas, sapateiros, jornalistas, cozinheiros, costureiras, publicitários, gestores públicos culturais e demais trabalhadores da sociedade civil.

Diante de tudo isso, constatamos que estamos falando de um fenômeno que atua na contemporaneidade como um acontecimento que atinge as massas e que possui a sua importância dentro da rede de relações humanas. É por esta razão que é importante estudar o fenômeno junino como um evento social marcado no tempo e no espaço como parte constitutiva da civilização humana e que vem deixando sua marca de permanência social.

Toda essa riqueza cultural manifestada pela comemoração das festas de

São João remete a um passado tão antigo que nos faz lembrar os conteúdos estudados na disciplina de História quando nos ensinavam sobre o Brasil colonial no período quinhentista e das relações de colonização entre Brasil e Portugal. Não que o São João tenha sua origem aí, pois, como veremos nesta tese, a origem desta festa vem de tempos outros, ainda mais previamente do que se possa imaginar, mas o marco histórico da colonização portuguesa sobre o Brasil a partir de 1500 poderá nos explicar muita coisa.

Como se sabe, durante muito tempo o velho mundo representado pelo continente europeu passou por uma série de conflitos, acordos e disputas territoriais e também em busca de exercer posição de poder e domínio econômico sobre outras nações. Entre os participantes neste contexto estava Portugal, que ao longo do século XV, já despontava como uma grande potência naval e disputava junto com outras poderosas nações, a exemplo da Espanha e da Inglaterra, o domínio colonial para exploração de territórios a partir das grandes investidas marítimas e dos seus grandes navegadores que inauguraram a conhecida “Era dos Descobrimentos”, que perdurou até o século XVII.

Desde que os europeus desembarcaram de suas caravelas em terras brasileiras, e após acordos entre os países da Península Ibérica (Portugal e Espanha), que culminou na assinatura do famoso Tratado de Tordesilhas, em que uma linha imaginária dividiu os limites das colônias americanas entre territórios portugueses e espanhóis; o Brasil passou a ser um lugar conhecido como a “América portuguesa”, ou seja, um espaço que estaria sob o domínio de Portugal e que representaria um (gigantesco) pedaço de terra português dentro da América recém-descoberta.

Desde então, a História aponta para mais de trezentos anos de submissão da colônia brasileira à metrópole portuguesa, somente vindo a reduzir o seu processo de subordinação após a transferência da família real portuguesa em 1808 para o Brasil, quando o príncipe regente Dom João VI se viu intimidado diante das poderosas ameaças das tropas francesas comandadas por Napoleão Bonaparte de invadir Portugal, caso o reino não concordasse em aderir ao decreto de Bloqueio Continental que determinava a proibição das nações europeias de comercializar produtos com a Inglaterra. Portugal, por se encontrar em situação de dependência

com a Inglaterra neste período, não podia aceitar tal condição e partiu para a “América portuguesa” em busca de refúgio e contando para isso com o apoio naval britânico.

Essa disputa entre França e Inglaterra pela economia mundial durante os séculos XVIII e XIX impulsionou processos governamentais que respingaram em outras nações. No caso do Brasil, a ameaça de invasão francesa a Portugal propiciou a transferência do poder administrativo do Reino português ao Brasil e, após uma série de acontecimentos, quatorze anos depois, em 1822, o Brasil já com um aparato estatal um pouco mais avançado, consegue finalmente alcançar sua independência de Portugal. A partir de então, o país segue sua história como uma nação soberana, porém imperial e escravocrata ainda até quase o início do século XX, quando, no ano de 1889, torna-se uma república federativa e continua sua caminhada amadurecendo pouco a pouco rumo ao desenvolvimento, enfrentando desafios antigos de teor histórico, político e social e construindo outros novos.

Compreender esses fatos históricos é importante na medida em que eles servem para nos situar enquanto cidadãos de uma nação entrecruzada que não é só uma, mas muitas; e de um povo que não é uno, mas múltiplo. O fato de sermos contemporâneos neste século XXI não nos isenta de termos contato com o que já foi real em outros tempos; talvez não de maneira direta, mas somos resultado de diversos processos de evolução e desenvolvimento ocorridos em variadas esferas constituintes da vida humana.

Nesse sentido, podemos refletir que, das heranças culturais deixadas pelo europeu no Brasil, uma delas consiste na imposição religiosa pela catequese jesuítica aos povos indígenas locais, assim como os costumes de devoção às divindades da igreja católica e os ritos de aclamação aos santos. As formas de celebração e contemplação da natureza também vieram no bojo cultural importado. Aliando as duas qualidades em um só contexto, as festas de São João chegaram ao povo brasileiro sob a influência europeia, após os romanos assimilarem ao seu cotidiano as práticas do Egito antigo de promover cultos à fertilidade e ao sol como forma de comemorar as colheitas, datados do período pré-cristão, de acordo com Lucena Filho (2012), como sendo os indicativos iniciais das comemorações de São João.

A dificuldade da Igreja católica em condenar os ritos pagãos de cultos à fertilidade, já disseminados e popularizados pela Europa, fez com que ela introduzisse os rituais no calendário religioso, associando-os aos santos católicos, trazendo um sentido misto entre profano e sagrado em países como Portugal, reconhecendo que “a festividade popular se instaurou em Portugal como um festejo público e coletivo. Os símbolos que perpassaram os ritos iniciais (fogueiras, danças e comidas) se consolidaram nas celebrações portuguesas e mantidos até hoje” (Silva, 2017, p. 28). Assim, nos limites do profano e sagrado e das trocas simbólicas realizadas, os atributos festivos do São João foram transferidos ao Brasil durante o período da colonização.

Eis que chegando ao Brasil colonial, Cascudo (1969) acredita que, dada a miscigenação no país, as festas juninas se tornaram uma adaptação recriada dos festejos europeus, porém com um forte apelo ao folclore local e comunitário, sendo a base central o espírito religioso. Além disso, aliam-se ao São João brasileiro o espírito de festejar do instinto do povo africano, que vinha escravizado de sua pátria; e o espírito de contemplação da natureza e controlador da agricultura, advindo do povo indígena.

Essa tríade étnica compõe o formato social do povo brasileiro e sob ela se constroem os pilares culturais estabelecidos nesse amplo território. Compreendendo a importância de todos, mas destacando, sobretudo, a influência portuguesa sobre as raízes celebrativas do São João, pelo fato de terem sido eles os responsáveis por “importar” tal manifestação popular do continente onde predominantemente esta festa prevaleceu, percebemos o quanto ainda há de ligação entre as características luso-brasileiras no evento junino; muito embora, diferente das festividades abertas e coletivas de Portugal, estes festejos lançam-se no Brasil primeiro como fenômenos comemorativos comunitários, folclóricos, reservados aos particulares, aos familiares, em ambientes rurais, restrito aos microespaços, como as residências ou sítios dos pequenos povoados interioranos.

São eventos modestos em extensão, mas expressivos em significados e simbologias para essas comunidades. Mesmo sendo realizados no Brasil dos séculos XVI, XVII, XVIII e princípios do XIX, esses são eventos que já se revelam múltiplos em razão das adaptações dos aspectos que o envolvem enquanto festa,

ou seja: a culinária, a música, a crença, a dança e demais elementos que sofreram a intervenção de outras etnias em sua fisionomia.

A partir do momento em que o século XX vai avançando e alcança a sua segunda metade, demonstrando um potencial violento, inevitável e veloz rumo à industrialização e urbanização, esse tipo de festa inicialmente familiar, agrária e comunitária começa a tomar outros rumos com destino às capitais e/ou regiões metropolitanas; o que irá promover uma profunda alteração no modelo festivo que se conhecia até o momento.

Nesse processo, a intenção e o desejo individual e coletivo de vivenciar a festa não são perdidos, eles permanecem; mas é alterado o modelo de celebrar, de se organizar e de se apresentar diante dos novos impactos que a festividade passa a sofrer a partir de fenômenos inéditos por parte de um mundo que progressivamente começa a se organizar de modo massivo, midiático e tecnológico. Tais transformações vão sendo sentidas cada vez mais à medida que o tempo vai avançando e o século XXI vai se mostrando revolucionário nos termos mencionados anteriormente.

É justamente esse movimento das festas juninas que vem desde as caravelas europeias com toda a sua carga de originalidade, com a imposição e influência colonizadora portuguesa, passando pela mistura de influências étnicas, até serem absorvidas pelos fenômenos contemporâneos é que vamos discutir no primeiro capítulo, junto a autores como Castro (2012); Jiaqi (2021); Barroso (2019); Pociña (2015), Hall (2003); Silva (2017); Woitowicz (2007); Featherstone (1995); Lima, Pinto, Ribeiro (2019), Rangel (2008), dentre outros, sobre o percurso construtivo da origem à atualidade da festividade de São João.

Antes, porém, ainda no primeiro capítulo, refletimos também amplamente sobre festa em seu sentido social e antropológico mais puro e autêntico, à luz de autores como Cabeza (2000, 2007); Silva (2020); Soto (2007); Jiaqi (2021); Pinto (2000); Andrade, Vitorio (2021); Barroso (2019); Geertz (1989); Lucena Filho (2012); que estão dedicados à temática da diversão, das festividades, do lazer, do ócio e outros elementos que fazem parte do universo da festa enquanto manifestação humana legítima.

Nesta primeira parte, portanto, a revisão de literatura nos ajudará a compreender a dimensão festiva de modo geral e a do São João em particular, fornecendo-nos o norte necessário para alcançarmos seguidamente, com o auxílio de uma metodologia qualitativa, etnográfica e documental, o objetivo principal de identificar traços etnográficos comparativos entre as estruturas, expressões culturais e disposição dos festejos juninos contemporâneos brasileiros, em Fortaleza, e portugueses, em Braga.

No segundo capítulo, o leitor encontrará uma profusão de autores, começando pelos sociólogos Wirth, Park (1967); Simmel (1987); Lefèbvre (2001); Castells, Borja (1996); Harvey (2012), passando por Beltrão (2014); Iglesias (2010); e finalizando em Sanchez (2001); Santos (2014); Aguilera (2000) e Freitas (2011) para discutir sobre o universo das cidades em questões que rodeiam o sentido sociocultural destes espaços. Pensando a cidade para além do óbvio, conversamos sobre os possíveis diálogos e abordagens para uma definição de cidade, cruzamos diferentes argumentos sobre a realização dos megaeventos nas cidades folkmediatizadas e apresentamos orientações práticas para uma boa ação pública na gestão de festas das cidades.

O terceiro capítulo versa sobre o meio de comunicação televisivo dentro do contexto de sua utilização e influência no cenário mundial como representante significativo mais popular e acessível da categoria midiática audiovisual. A importância de abordar a faceta audiovisual dos meios de comunicação nesta pesquisa está no entendimento de que a contemplação integral da magia e encanto dos megaeventos de São João da atualidade se faz absolutamente mais notória a partir de recursos que vislumbrem a categoria sonora e visual simultaneamente.

Observamos no referido capítulo, como objetivo específico, as características que relacionam conceitualmente fatores específicos e distintivos da categoria audiovisual de canal convencional de TV aberta e de canal de conteúdo virtual disponível em rede, por isso a decisão de investigar as emissoras *Braga TV* (Portugal) e *TV Verdes Mares* (Brasil), que se diferenciam nesse aspecto categórico, e tendo em vista também que ambas possuem envolvimento com as festas de São João de suas cidades, seja em termos de produção de conteúdo ou de organização desses eventos.

A partir de autores como Briggs, Burke (2006); Cádima (1995); Brandão (2015); Kilpp (2016); Teixeira (2008); Bittencourt (2010), apresentamos uma discussão em torno da questão histórica do percurso audiovisual televisivo do modo tradicional ao digital e a consolidação das modernas formas de transmissão audiovisual, no território português, a partir de Braga, enfocando a emissora *Braga TV* e; no território brasileiro, a partir de Fortaleza, focado na emissora *TV Verdes Mares*.

O capítulo 4 desta tese contextualiza as cidades de Fortaleza (Brasil) e Braga (Portugal) e a relação delas com suas respectivas festas de São João. Percursos históricos e circunstâncias sociopolíticas e culturais para a construção dos atuais festejos juninos de ambas as cidades são discutidos à luz de diversos estudiosos das temáticas relacionadas, tais como Farias (2018); Vanderley (2022); Martins, Ribeiro (2018) e Ferreira (2014).

Por fim, o leitor encontrará no quinto e último capítulo, um momento dedicado à apresentação geral tabelada dos dois circuitos juninos em análise, com os dados coletados e a análise completa do *corpus* investigativo a fim de manifestar conclusões a respeito do fenômeno pesquisado, inclusive sob a perspectiva de um balanço midiático das emissoras investigadas com relação aos eventos de São João.

Nesse sentido, buscamos contemplar um estado da arte que dimensione o volume do objeto de pesquisa; que, utilizando técnicas e instrumentos clássicos de uma metodologia de pesquisa qualitativa, como as entrevistas semiestruturadas, a imersão etnográfica e a análise documental de dados, seja capaz de responder satisfatoriamente às seguintes perguntas de partida: Como são organizados atualmente os eventos juninos nas cidades de Braga e Fortaleza? Como as tradições culturais se expressam em cada uma delas? Qual o papel e participação/envolvimento dos grupos de mídia audiovisuais locais diante de um cenário festivo grandioso como as festas de São João em junho?

Além disso, os objetivos específicos indicados a seguir contribuirão para um estudo direcionado a uma compreensão ampla do fenômeno junino:

- Reconhecer conceitualmente fatores específicos e distintivos da categoria audiovisual de canal convencional de TV aberta e de canal de conteúdo virtual disponível em rede.
- Perceber como as práticas sociais das festas populares viabilizam a ocorrência de processos folkmediáticos e como estes fenômenos comunicacionais contribuem para a ascensão turística, colaborando para a projeção e elevação das cidades.
- Identificar como a ação dos patrocinadores e das políticas públicas culturais, enquanto agentes organizadores, impacta na disposição dos festejos juninos contemporâneos.

Partindo desse horizonte investigativo, realizamos um período de intercâmbio na Universidade de Vigo (Espanha), com bolsa de estudos financiada pela Coordenação de Aperfeiçoamento do Pessoal de Nível Superior (CAPES), através do Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior (PDSE); cuja oportunidade permitiu a coleta dados analíticos necessários para interpretar parte do objeto de pesquisa discutido neste trabalho.

Assim, salientamos que a presente tese apresenta ineditismo em sua essência, na medida em que seu aspecto inovador consiste justamente em traçar um paralelo comparativo consistente entre importantes festas populares de duas cidades que, por sua natureza, intensificam ainda mais a relação entre países como Brasil e Portugal, além de fortalecer os laços da lusofonia.

Os dois países, inclusive, são nações que possuem tradição em pesquisas de Comunicação; perceptível pela ocorrência de diversos eventos acadêmicos inerentes à área, como o LUSOCOM (Federação Lusófona de Ciências da Comunicação) e o IBERCOM (Congresso Ibero-Americano de Comunicação) que existem há mais de vinte (20) anos, garantindo acentuada contribuição para os estudos que perpassam a Comunicação como campo de estudo elementar na contemporaneidade, privilegiando a lusofonia nesse processo.

Além disso, a importância da pesquisa está em contribuir para a internacionalização do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM), da Universidade Federal do Ceará (UFC), onde está vinculada. Esta contribuição acontece através do atendimento da proposta acadêmica presente no plano político-

pedagógico do Programa, onde aponta que a sua vocação está comprometida em responder os fenômenos comunicativos do entorno local e regional onde o PPG está localizado, garantindo um impacto de relevância inovadora não só para o referido Programa, mas para a Academia em si, bem como para as estruturas das festas analisadas nas duas nações, que terão neste trabalho um documento de relevo, com rigor textual, metodológico e conceitual para avaliação de suas festividades. Desse modo, apresentamos um amplo percurso investigativo de teor acadêmico, da área da Comunicação cultural, que ora encontra-se ao dispor do leitor interessado.

2 METODOLOGIA

Cientes de que o presente trabalho apresenta um panorama analítico de natureza discursiva e conceitual, trataremos agora de abordar questões necessárias para esclarecer pontos relativos à fisionomia metodológica da pesquisa científica de doutoramento ora apresentada.

Esta investigação está imersa na grande área dos estudos culturais, pois se interessa em compreender os diversos signos por onde os indivíduos manifestam seus traços culturais em coletividade. Essa característica, embora de teor teórico-conteudista, por si só, já é capaz de dizer muito sobre a investigação em curso, considerando que se trata de uma pesquisa ligada à área das Humanidades e mergulhada, sobretudo, no prisma comunicacional dos grupos humanos, quando estes se expressam coletivamente através dos fenômenos festivos.

Uma pesquisa científica, principalmente àquelas ligadas à área das Ciências Sociais, deve se constituir como parte contributiva para o desenvolvimento da sociedade, por se tratar de um campo legítimo de construção do saber (Pereira et al, 2018), que lida sistematicamente com fatos reais e ocorrências factuais, ou seja, fenômenos sociais, com hipóteses capazes de ser comprovadas ou não através da experimentação racional e com exatidão passível de novas reformulações. De modo bastante pedagógico, instrutivo e coerente, Grayling (2000) manifesta a sua percepção:

O trabalho científico tem como objetivo utilizar as ciências como um sistema de conhecimento capaz de descrever, explicar e prever com a maior eficiência certos fatos (fenômenos) ou aspectos de uma dada realidade. Assim, cada pesquisador procura chegar mais perto da verdade, formulando teorias: proposições ou enunciados científicos que acrescentam, de forma ordenada e sistematizada, um conhecimento científico. A árdua tarefa que implica a aproximação do conhecimento humano à verdade e à certeza faz com que as pesquisas se tornem altamente rigorosas, deixando-se de produzir mero conhecimento subjetivo, para gerar um tipo de conhecimento especial (científico) que, com certeza, pertence ao mundo das teorias, dos problemas e argumentos justificados. Assim, se constitui o conhecimento científico como: um conjunto de teorias, doutrinas (ideias, opiniões) formadas sobre determinados assuntos, ora ordenadas e sistematizadas em obras científicas (livros, monografias, dissertações, teses etc.). Tal conhecimento científico deriva das pesquisas, isto é, da resolução de problemas científicos (GRAYLING, 2000, p. 40).

Então, a partir desse ponto de vista racional pertencente ao campo das metodologias científicas de investigação, apresentamos ao leitor um estudo que

circula pelos domínios da pesquisa bibliográfica associada à pesquisa de campo, que “são semelhantes aos levantamentos, mas procuram maior profundidade nas variáveis estudadas” (Zanella, 2013, p. 38).

Percorremos o âmbito antropológico por excelência da etnografia como metodologia analítica, que se interessa em mergulhar em certa comunidade humana a fim de conseguir identificar aspectos culturais deste determinado grupo social, para somente depois, estar capacitado a desenhar em pormenores seus comportamentos sociais, tomando a sua cultura por base explicativa, tendo em vista que “o objetivo é documentar, monitorar, encontrar o significado da ação” (Mattos, 2011, p. 51).

Tal atividade exige períodos de observação atenta, cujo espírito naturalmente curioso e indagador do pesquisador o beneficia neste processo, já que “la mente del investigador al ingresar al campo tiene que ser inquisitiva” (Sampieri, 2014, p. 368)¹; ainda que não seja fácil a sua necessidade de se distanciar e/ou esquivar de certos conceitos, crenças e visões de mundo inerentes a todo e qualquer indivíduo.

A etnografia estuda preponderantemente os padrões mais previsíveis das percepções e comportamento manifestos em sua rotina diária dos sujeitos estudados. Estuda ainda os fatos e eventos menos previsíveis ou manifestados particularmente em determinado contexto interativo entre as pessoas ou grupos (MATTOS, 2011, p. 51).

Esse é um método investigativo, que pode ser entendido como “a forma que o cientista escolhe para ampliar o conhecimento sobre determinado objeto, fato ou fenômeno. É uma série de procedimentos intelectuais e técnicos adotados para atingir determinado conhecimento” (Zanella, 2013, p. 19), mas um conhecimento que é amplo e vasto, por considerar a abundância, a fartura e a multiplicidade cultural humana espalhada pelos variados continentes na superfície terrestre e, portanto, são diversos os significados e simbologias expressas em cada localidade. É por isso que os escritores comentam a seguir:

Os antropólogos non se cansan de repetir que hai que saber de onde vimos

¹ Tradução nossa: A mente do investigador ao entrar em campo tem que ser inquisitiva.

² Tradução nossa: Os antropólogos não se cansam de repetir que precisamos saber de onde viemos para saber para onde vamos, e uma das ferramentas que temos para compreender o nosso lugar no mundo é a etnografia, o estudo da etnia, dos costumes e das singularidades que nos tornam

para saber cara onde imos, e unha das ferramentas que temos para comprender o lugar que ocupamos no mundo é a etnografía, o estudio da etnia, dos costumes, das singularidades que nos fan diferentes como pobo e como nación. E esses costumes son a maior herdanza que recibimos dos nossos antepasados. Pero asemade, a nosa singularidade, en moitos aspectos, está entrocada com outras culturas mais ou menos afastadas do nosso território (VIZCAYA; VIDAL, 2009, p. 19).²

Verifica-se na citação o grau de importância dado pelos antropólogos ao método etnográfico porque muitas revelações se dão através dele e muitas interpretações podem ser analisadas, comprovadas ou reformuladas a partir do seu uso; que procura, acima de tudo, registrar o que está visível e quase não se percebe, o que vai depender “das qualidades de observação, de sensibilidade ao outro, do conhecimento sobre o contexto estudado, da inteligência e da imaginação científica do etnógrafo” (Mattos, 2011, p. 54), além do grau de comprometimento do indivíduo que investiga este grupo.

Sabendo disso, é importante ter em mente que a etnografia faz parte de uma abordagem qualitativa por natureza, que, por sua vez, se caracteriza “pela não utilização de instrumental estatístico na análise dos dados. Esse tipo de análise tem por base conhecimentos teórico-empíricos que permitem atribuir-lhe cientificidade” (Zanella, 2013, p. 25) e consiste numa forma de aprofundamento do fenômeno social estudado em busca de alcançar seus objetivos de pesquisa através de uma compreensão interpretativa, humana e subjetiva do ambiente mutável em que se encontram o objeto e o pesquisador; porque “do ponto de vista da investigação qualitativa, procura-se a compreensão das complexas inter-relações que acontecem na vida real” (Meirinhos, Osório; 2010, p. 51). Já para Minayo (2008):

O método qualitativo é adequado aos estudos da história, das representações e crenças, das relações, das percepções e opiniões, ou seja, dos produtos das interpretações que os humanos fazem durante suas vidas, da forma como constroem seus artefatos materiais e a si mesmos, sentem e pensam (MINAYO, 2008, p.57).

² Tradução nossa: Os antropólogos não se cansam de repetir que precisamos saber de onde viemos para saber para onde vamos, e uma das ferramentas que temos para compreender o nosso lugar no mundo é a etnografia, o estudo da etnia, dos costumes e das singularidades que nos tornam diferentes como povo e como nação. E esses costumes são a maior herança que recebemos dos nossos antepassados. Mas também, a nossa singularidade, em muitos aspectos, está interligada com outras culturas mais ou menos distantes do nosso território.

A estudiosa em metodologia, Guerra (2014), considera como sequência de elementos investigativos essenciais dentro da abordagem de pesquisa qualitativa, os que estão elencados a seguir:

- 1) a interação entre o objeto de estudo e pesquisador;
- 2) o registro de dados ou informações coletadas;
- 3) a interpretação/ explicação do pesquisador (GUERRA, 2014, p. 10).

Segundo ela, estes são os três passos processuais que compõem o perfil investigativo de um fenômeno determinado na conjuntura qualitativa e, para ela, cada padrão de pesquisa apresenta seus modelos próprios de procedimentos mais adequados a executar.

Nesse posicionamento teórico, a vida humana é vista como uma atividade interativa e interpretativa, realizada pelo contato das pessoas. Os procedimentos metodológicos, então, são do tipo etnográfico, como por exemplo: observação participante, entrevista, história de vida, dentre outros (GUERRA, 2014, p. 10).

Neste contexto, esclarecemos, pragmaticamente, que nossa pesquisa é etnográfica. Também é intencionalmente registrada por saber que “es muy necesario llevar registros y elaborar anotaciones durante los eventos o sucesos vinculados con el planteamiento” (Sampieri, 2014, p. 370)³; além do mais, em sentido metodológico, deverá se praticar os conselhos de autores experientes em metodologia científica, que alertam aos jovens pesquisadores para a realização de práticas diárias focadas a fim de cumprir-se uma investigação bem elaborada e deliberadamente sistematizada.

De cada hecho o periodo se anotan la fecha y hora correspondientes. Esto se hace sin importar el medio de registro (laptop, tableta, teléfono celular o móvil, grabadora de voz o video, papel y lápiz). Resulta muy conveniente grabar audio o video, así como tomar fotografías, elaborar mapas y diagramas sobre el contexto o ambiente (y en ocasiones sus “movimientos” y los de los participantes observados). En las anotaciones es importante incluir nuestras propias palabras, sentimientos y conductas. Asimismo, cada vez que sea posible es necesario volver a leerlas y, desde luego, registrar nuevas ideas, comentarios u observaciones (SAMPIERI, 2014, p. 370).⁴

³ Tradução nossa: É muito necessário fazer registros e preparar anotações durante os eventos ou fatos relacionados à abordagem.

⁴ Tradução nossa: De cada fato ou período se deve anotar a data e hora correspondentes. Isso é feito independentemente do meio de gravação (*laptop, tablet, telefone celular ou celular, gravador de voz*).

Isso demonstra a possibilidade de flexibilidade e dinamicidade próprias das pesquisas qualitativas assinaladas por Guerra (2014) como mutáveis, porque seu aspecto humano e social sempre poderá surpreender e apresentar um fato novo, uma nova dinâmica ou novos personagens, a depender do contexto, ambiente e formato em que elas estejam inseridas.

É, também, uma pesquisa exploratória porque “la investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto” (Sampieri, 2014, p. 358)⁵ e a razão para o seu desenvolvimento é a busca por atingir o objetivo principal da pesquisa, que neste caso está concentrada em identificar traços comparativos entre as categorias de análise relacionadas às estruturas, expressões culturais e disposição dos festejos juninos contemporâneos brasileiros, em Fortaleza, e portugueses, em Braga.

Em busca desse objetivo, procedemos com o uso de algumas das técnicas expostas acima que compõem o quadro qualitativo de pesquisa, sendo elas: a observação direta dos dois eventos juninos, as suas presenças nas programações televisivas e no ambiente virtual das emissoras investigadas, bem como as entrevistas abertas e semiestruturadas com personagens envolvidos no processo de elaboração festiva em ambos os espaços.

Las entrevistas semiestructuradas se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información. Las entrevistas abiertas se fundamentan en una guía general de contenido y el entrevistador posee toda la flexibilidad para manejarla (SAMPIERI, 2014, p. 403).⁶

ou vídeo, papel e lápis). É muito conveniente gravar áudio ou vídeo, bem como tirar fotografias, fazer mapas e diagramas sobre o contexto ou ambiente (e por vezes os seus “movimentos” e os dos participantes observados). Nas anotações, é importante incluir nossas próprias palavras, sentimentos e comportamentos. Além disso, sempre que possível, é necessário relê-los e, claro, registrar novas ideias, comentários ou observações.

⁵ Tradução nossa: A investigação qualitativa se preocupa em compreender os fenômenos, explorando-os desde a perspectiva dos participantes em um ambiente natural e em relação com seu contexto.

⁶ Tradução nossa: As entrevistas semiestruturadas são baseadas em um guia de assunto ou pergunta e o entrevistador é livre para inserir perguntas adicionais para esclarecer conceitos ou obter mais informações. As entrevistas abertas são baseadas em um guia de conteúdo geral e o entrevistador tem toda a flexibilidade para lidar com isso.

Além disso, para a pesquisa, observamos os processos folkcomunicacionais ocorridos nas duas cidades festivas, Fortaleza e Braga, a partir do uso de material audiovisual para a realização de campanhas folkmediatizadas pelos canais TV Verdes Mares e Braga TV relativos aos circuitos populares de São João. Assim, em termos metodológicos, sabendo da importância dessa fonte material, fizemos uso também da técnica de exploração documental devidamente registrada e acessível para verificação dos dados obtidos na fase de coleta de dados e informações.

Una fuente muy valiosa de datos cualitativos son los documentos, materiales y artefactos diversos. Nos pueden ayudar a entender el fenómeno central de estudio. Prácticamente la mayoría de las personas, grupos, organizaciones, comunidades y sociedades los producen y narran, o delinear sus historias y estatus actuales. Le sirven al investigador para conocer los antecedentes de un ambiente, así como las vivencias o situaciones que se producen en él y su funcionamiento cotidiano y anormal (SAMPLIERI, 2014, p. 415).⁷

Esse sistema nos permite identificar elementos e informações em instrumentos que possuem valor legal e geralmente são fontes ricas em dados e encontram-se protegidas por órgãos ou instituições responsáveis pela sua guarda, conservação e armazenamento.

Os dados documentais, de natureza quantitativa e/ou qualitativa, podem ser encontrados junto à empresa [dados secundários internos] como os relatórios e manuais da organização, notas fiscais, relatórios de estoques, de usuários, relatório de entrada e saída de recursos financeiros, entre outros, e externos, como as publicações [censo demográfico, industrial] e resultados de pesquisas já desenvolvidas. Em função da natureza dos documentos – qualitativos ou quantitativos – o planejamento, a execução e a interpretação dos dados seguem caminhos diferentes, respeitando as particularidades de cada abordagem (ZANELLA, 2013, p. 37).

Ressaltamos que, em cumprimento com os padrões e princípios éticos da pesquisa científica, estes documentos foram coletados com a responsabilidade adequada, diretamente com as fontes registradas de informações oficiais, manuseando documentos de teor não sigiloso, com acesso autorizado e disponível para consulta pública.

⁷ Tradução nossa: Uma fonte muito valiosa de dados qualitativos são documentos, materiais e artefatos diversos. Eles podem nos ajudar a compreender o fenômeno central do estudo. Praticamente a maioria dos indivíduos, grupos, organizações, comunidades e sociedades os produzem e narram, ou descrevem suas histórias e status atuais. Servem ao pesquisador para conhecer os antecedentes de um ambiente, bem como as experiências ou situações que nele ocorrem e seu funcionamento cotidiano e anormal.

Entre tales elementos podemos mencionar cartas, diarios personales, fotografías, grabaciones de audio y video por cualquier medio, objetos como vasijas, armas y prendas de vestir, grafiti y toda clase de expresiones artísticas, documentos escritos de cualquier tipo, archivos, huellas, medidas de erosión y desgaste, etcétera. Como muestra, aludimos a las grabaciones de video realizadas por medio de teléfonos celulares, tabletas y otros dispositivos, las cuales han sido muy útiles en diversas investigaciones (SAMPIERI, 2014, p. 415).⁸

Muitos são os procedimentos que podem ser utilizados ao realizar uma pesquisa científica; os caminhos a ser tomados exigem decisão por parte do pesquisador, os quais poderão utilizar outras técnicas e outros instrumentos, que igualmente poderão direcionar a pesquisa a tomar outros itinerários, porque também o longo trajeto de um estudo científico está sujeito a possíveis variáveis irregulares e desconformes com as hipóteses iniciais de pesquisa e poderão, com certa probabilidade, ser encontradas no percurso investigativo.

Alguns autores consideram que, diferentemente de uma pesquisa quantitativa, para a construção do processo metodológico de uma pesquisa qualitativa não existe um esquema fechado e tampouco é necessário um encadeamento sequencial de procedimentos, porque, diz Sampieri (2013):

Lo que se busca en un estudio cualitativo es obtener datos (que se convertirán en información) de personas, seres vivos, comunidades, situaciones o procesos en profundidad; en las propias "formas de expresión" de cada uno. Al tratarse de seres humanos, los datos que interesan son conceptos, percepciones, imágenes mentales, creencias, emociones, interacciones, pensamientos, experiencias y vivencias manifestadas en el lenguaje de los participantes, ya sea de manera individual, grupal o colectiva. Se recolectan con la finalidad de analizarlos y comprenderlos, y así responder a las preguntas de investigación y generar conocimiento (SAMPIERI, 2014, p. 396 - 397).⁹

Este é o objetivo da metodologia qualitativa de pesquisa enquanto

⁸ Tradução nossa: Entre esses elementos podemos citar cartas, diários pessoais, fotografias, gravações de áudio e vídeo por qualquer meio; objetos como vasilhas, armas e roupas, *graffiti* e todo tipo de expressões artísticas, documentos escritos de qualquer tipo, arquivos, pegadas, erosão de medidas e desgaste, e assim por diante. A título de exemplo, referimo-nos às gravações de vídeo feitas por meio de telefones celulares, *tablets* e outros dispositivos, que têm sido muito úteis em diversas investigações.

⁹ Tradução nossa: O que se busca em um estudo qualitativo é obter dados (que se tornarão informações) de pessoas, seres vivos, comunidades, situações ou processos em profundidade; nas próprias "formas de expressão" de cada um. Por serem seres humanos, os dados de interesse são conceitos, percepções, imagens mentais, crenças, emoções, interações, pensamentos, experiências e vivências manifestadas na linguagem dos participantes, seja individualmente, em grupo ou coletivamente. Eles são coletados com o objetivo de analisá-los e compreendê-los, respondendo assim a questões de pesquisa e gerando conhecimento.

instrumento questionador e gerador de conhecimento. Para o autor, a imposição por um esquema processual de sistemas e técnicas estrategicamente utilizadas se comporta mais como um modelo ligado às pesquisas quantitativas.

El proceso cualitativo no es lineal ni lleva una secuencia como el proceso cuantitativo. Las etapas constituyen más bien acciones que efectuamos para cumplir con los objetivos de la investigación y responder a las preguntas del estudio; son acciones que se yuxtaponen, además de ser iterativas o recurrentes. No hay momentos en el proceso en el que podamos decir: aquí terminó esta etapa y ahora sigue tal etapa (SAMPIERI, 2014, p. 396).¹⁰

Mas também autores como Zanella não enxergam as categorizações técnicas de investigações como sistemas fechados e exclusivos para cada tipo de pesquisa. A autora ressalta que “os tipos de pesquisa quanto aos procedimentos de coleta de dados não são excludentes, isto é, um procedimento não exclui a possibilidade de outro tipo estar presente na mesma pesquisa” (Zanella, 2013, p. 39). Essa maleabilidade pressupõe usos de mecanismos investigativos mistos e técnicas do perfil quanti-quali, em que os dois modelos se fazem presentes numa mesma pesquisa.

Para esta pesquisa específica, a análise das festas de São João em duas cidades diferentes implica, primeiramente, a realização de um estudo de caso isolado sobre cada uma delas em particular para que, posteriormente, seja feito o uso de uma adequada análise de conteúdo, que “toma em consideração as significações (conteúdo), eventualmente a sua forma e a distribuição destes conteúdos e formas (índices formais e análise de co-ocorrência) (Bardin, 1977, p. 43-44).

Esta análise de conteúdo consiste no propósito de “contar a frequência de um fenômeno e procurar identificar relações entre os fenômenos, sendo que a interpretação dos dados se socorre de modelos conceituados definidos a priori” (Zanella, 2013, apud Roesch, 1999, p. 156-157), possibilitará efetivamente o cruzamento de dados obtidos nas análises e estabelecer o paralelo comparativo desejado, a partir dos pilares investigativos de interesse (cultural, estrutural,

¹⁰ Tradução nossa: O processo qualitativo não é linear ou tem uma sequência como o processo quantitativo. Em vez disso, os estágios são ações que realizamos para atender aos objetivos da pesquisa e responder às questões do estudo; São ações justapostas, além de interativas ou recorrentes. Não há momentos no processo em que possamos dizer: esta etapa acabou e agora aquela etapa continua.

folkcomunicação) a fim de obter mais subsídios qualitativos e descobrir categorias diferenciais para trabalhar na comparação.

Meirinhos e Osório (2010) apontam que “a finalidade dos estudos de caso é tornar compreensível o caso, através da particularização” (Meirinhos, Osório; 2010, p. 54); foi isso exatamente que realizamos com os fenômenos investigados: estabelecemos um olhar individualizado da edição junina de 2023 do “Arraiá do Ceará”, em Fortaleza (Brasil) e do São João de Braga (Portugal), que se encontram expostos no capítulo 5 deste trabalho, com a sua devida contextualização. Nas palavras de Zanella (2013), estudo de caso consiste em um:

Estudo exaustivo de um ou poucos objetos de pesquisa, de maneira a permitir o aprofundamento do seu conhecimento. Os estudos de caso têm grande profundidade e pequena amplitude, pois procuram conhecer a realidade de um indivíduo, de um grupo de pessoas, de uma ou mais organizações em profundidade (ZANELLA, 2013, p. 38 – 39).

O estudo de caso entra como estratégia de investigação em nossa pesquisa compreendendo dois cenários distintos e distantes, mas que, possuem alguns traços e ligações. Fortaleza e Braga se comportam como cidades-chaves para compreender a dimensão festiva junina urbana e os modos de atuação da imprensa jornalística e de entretenimento de massa sob um olhar atual, simultâneo, moderno e contemporâneo.

Um estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos (YIN, 2005, p. 32).

Em resumo, esclarecemos que, em termos metodológicos, esta é uma pesquisa de caráter essencialmente qualitativo, com característica exploratória em seu formato e traços de pesquisa explicativa, descritiva e comparativa. A etnografia foi aplicada à cidade de Braga em 2022 para dar a conhecer seu perfil urbano e festivo, com a devida coleta dos registros fotográficos da edição festiva em 2023. Em Fortaleza, foi aplicada a etnografia, a observação direta e os registros fotográficos do próprio evento “Arraiá do Ceará” de 2023 e de outras manifestações juninas da cidade no mesmo ano.

Ainda em Braga, no mês de fevereiro de 2022, realizamos entrevistas abertas e semiestruturadas com o bracarólogo e investigador acadêmico, Rui

Ferreira; com o secretário da Direção da Associação de Festas do São João de Braga (AFSJB), André Marcos, e com o presidente da Associação Rusga de São Vicente de Braga – grupo etnográfico do Baixo Minho, José Pinto. Já em Fortaleza, em 03 de junho de 2022, também nos concedeu entrevista a coordenadora de eventos do *Sistema Verdes Mares*, Rainarah Fontenelle.

A técnica da análise de conteúdo (Bardin, 1977) foi aplicada para o entendimento da frequência de conteúdos exibidos e das estratégias utilizadas pelas emissoras *TV Verdes Mares* e *Braga TV* em seus ambientes midiáticos particulares (televisão, portal de internet e redes sociais). Utilizamos a análise documental, a partir da consulta de dados, documentos, livros e obras para o estudo de caso das festas nas duas cidades e suas respectivas emissoras de interesse investigativo.

O objectivo da análise documental é a representação condensada da informação, para consulta e armazenagem; o da análise de conteúdo, é a manipulação de mensagens (conteúdo e expressão desse conteúdo), para evidenciar os indicadores que permitam inferir sobre uma outra realidade que não a da mensagem (BARDIN, 1977, p.46).

A união dos métodos e técnicas mencionados culminou na obtenção dos resultados almejados para os objetivos (principais e específicos) propostos para este estudo cultural comparativo, que poderão ser verificadas e apreciadas pelo leitor interessado no conteúdo que se segue.

3 TUDO (COMEÇA E) TERMINA EM FESTA

3.1 Uma festa de reflexões

No simples ato de consultarmos o conceito de festa no dicionário Aurélio¹¹, é possível encontrarmos a definição semanticamente aplicada do termo como sendo um substantivo feminino, que indica “comemoração de qualquer fato ou data; cerimônia, celebração, comemoração”.

Por sua vez, o professor espanhol Manuel Cuenca Cabeza (2000), estudioso do tema do ócio, vai mais além, em sua Coleção de Documentos de Estudos do Ócio, ao esmiuçar a etimologia da palavra sob o ponto de vista linguístico e considerar que se trata de um termo semiculto, com descendência primitiva de um latim tardio, semelhante à palavra “feira” e plural do vocábulo *festum*, que de acordo com Silva (2020) “significa dia santificado, de regozijo, o termo carrega consigo uma conotação sagrada, em oposição à vida profana do dia-a-dia” (Silva, 2020, p. 12). Como sinônimos, Cabeza (2000) aponta diversão, reunião para celebrar algo, regozijo, solenidade e festividade religiosa.

Em outra consulta mais rebuscada do termo festa - ou *festum* -, a partir da etimologia dos termos com base em uma matriz do latim medieval legítimo, Souza Neto (1999) encontrou a seguinte explicação:

Assim, se se consultar o *Glossarium Mediae et Infimae Latinitatis* de Du Cange (1938) – glossário sobre a média e ínfima latinidade, obra muito longa, extensa e pormenorizada, que não explica apenas a etimologia das palavras ou as alterações e significados contrários a essa etimologia, mas descreve as ações por elas significadas, vê-se que a festa é de início definida como *festum*: *Festum* é uma celebração do mistério ou dos mistérios e da memória dos santos. Só em seguida é que Du Cange vai contemplar o fato de a palavra *festum* aplicar-se a outras ordens de realidade que não são assim tão santas, mas que se desdobram a partir de algo que se tem em conta de tal (SOUZA NETO, 1999, p. 22).

Desta feita, passamos a refletir sobre o ser humano como um sujeito de alta complexidade e que por isso compreende-se que ele pode manifestar diversas condutas de teor racional ou emocional em sua existência; além de serem capazes de se adaptarem e se desenvolverem de maneiras diferentes ao longo de sua trajetória terrena. Historiadores, sociólogos e antropólogos já demonstraram em

¹¹ Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/festa/>>. Acesso em: 17 de nov. de 2021.

seus trabalhos o quanto a humanidade foi capaz de evoluir, o que aponta o indivíduo como um agente ativo e de natureza eminentemente social. A sua capacidade de agregação entre seus semelhantes torna-se uma necessidade na medida em que se nota a potencialidade das coletividades.

Dentro dessa característica humana de conviver em conjunto de forma associativa e, em até certo ponto, organizada, é importante considerar a demarcação de atividades determinadas para cada indivíduo dentro de uma cadeia múltipla de agentes, mas também as atividades indicadas para serem exercidas, desempenhadas e vividas simultaneamente por todos eles de forma compartilhada.

Boa parte desses momentos coletivos costuma acontecer a partir de um momento de ócio, que “se trata de un reducto social cuyas funciones pasan por la relajación, la innovación, la educación y, principalmente, se eleva como la esfera de la vida humana en la que se pueden expresar emociones” (Soto, 2007, p. 27)¹² ou também por um motivo comemorativo; quer dizer “a cultura festiva não só é parte integrante da cultura humana e um ramo importante da cultura social, mas também é uma cultura folclórica criada pelas pessoas para se adaptarem às necessidades da produção e da vida” (Jiaqi 2021, p. 9). Considera-se que tais eventos podem ser decorrentes de forma despropositada em alguns momentos cotidianos ou executados de modo direcionado para função comemorativa como as solenidades, festivais ou outros eventos.

O fato é que desde os tempos mais remotos da história da humanidade, o indivíduo sempre esteve em associação, reunido entre si como condição para dar conta de seus interesses temporais. Resultam destes encontros as mais diversas simbologias e motivações para vivenciar cada momento do ano. A propósito; a divisão temporal, por sua vez, através de um sistema de ordenação a partir de um calendário anual, marca desde o passado medieval, momentos importantes para a organização da vida, inclusive a do sujeito moderno racional e calculista dos dias de hoje.

Segundo Jiaqi (2021), festas são dias importantes e memoráveis e “são um

¹² Tradução nossa: Se trata de um reduto social cujas funções passam pelo relaxamento, a inovação, a educação e, principalmente, se eleva como a esfera da vida humana na que se podem expressar emoções.

conceito relacionado com o tempo. O calendário formou-se a partir do acumular de experiência humana. Assim sendo, foram criados alguns dias específicos e festivos, a que correspondem costumes especiais” (Jiaqi, 2021, p. 7 - 8). A respeito da introdução do tempo marcador na Idade Média, o investigador galego Pociña (2015) revela:

Todo tempo que non tiña a finalidade do beneficio económico era perdido; desde este punto de vista, o tempo era ouro. Esta concepción do tempo e do seu aproveitamento conviviu nestes últimos séculos medievais coa concepción popular, na que o traballo tiña outra finalidade fundamental (ademais da propia supervivencia): poder gozar do seu produto en determinados momentos, principalmente nas festividades, sen buscar unicamente o beneficio económico (POCIÑA, 2015, p. 16).¹³

Com relação ao tempo dedicado à efetiva realização das festividades como acontecimentos, o professor português Manuel Pinto entende que “a festa, como tem sublinhado, constitui um tempo outro, um tempo fora do tempo, uma forte censura relativamente aos ritmos e rotinas do quotidiano e dos distintos tempos sociais” (Pinto, 2000, p. 9).

De fato, a festa não carrega a mesma medida de tempo milimetricamente calculada da rotina habitual, possui data certa e regime comportamental exclusivo dedicado ao que se está a comemorar, por isso entende-se que a festa “marca o espaço e o tempo próprios em que papéis sociais tomam outra dimensão” (Priore, 1994, p. 15). Ortiz, segundo Barroso (2019), discorda, pois “considera que o tempo dessa festa é algo, ao mesmo tempo, extraordinário e cotidiano, ou seja, uma dupla configuração festiva” (Barroso, 2019, p. 100). Na visão de Andrade e Vitorio (2021), esses momentos:

São entendidos como tempo de utopias, de diminuição de tensões inerentes à diversidade étnica e às distinções sociais, promovendo diferentes vivências e emoções para uma sociedade que vive do espetáculo, das mudanças, dos contrastes, das misturas (ANDRADE, VITORIO; 2021, p. 137).

O marco temporal impõe limites, demarca os fenômenos da natureza por onde o ser humano se baseou desde sempre e, sobretudo, indica cronologicamente

¹³ Tradução nossa: Todo o tempo que não tivesse o propósito de ganho econômico foi desperdiçado; desse ponto de vista, o tempo era ouro. Essa concepção de tempo e seu uso coexistiram nos últimos séculos medievais com a concepção popular, na qual a obra tinha outra finalidade fundamental (além da própria sobrevivência): poder desfrutar de seu produto em determinados momentos, principalmente nas festas, sem buscando apenas o benefício econômico.

quais são as determinadas frações de tempo mais adequadas em que os indivíduos devem dormir e acordar, plantar e colher, lutar e agradecer, trabalhar e descansar. É importante assimilarmos essa relação do ser humano com o tempo e termos consciência de que tudo isso descende de uma origem extremamente marcada pelo mundo ocidental romano e cristão, que conseguiu disseminar e influenciar culturalmente (em tudo o que esse conceito implica) espaços geográficos gigantescos e intercontinentais ao redor da terra e por onde temos ainda a nossa principal referência de modos de ser e viver.

Vimos com Pociña (2015) que nos momentos finais da era medieval, a concepção e o uso do tempo já começam a sofrer modificações, e ainda permanecem sendo modificados, dando a provar a característica dinâmica do mundo social. É bem verdade que, pensado desde uma perspectiva sistematicamente econômica, os momentos dedicados ao ócio costumam ser desencorajados, encarados como prejudiciais, contraprodutivos e, de certa forma, até vergonhoso para quem o pratica sem grandes limitações.

Diz-se de um sujeito lento, preguiçoso, pouco sério ou dado à vadiagem àqueles que dedicam parte considerável do seu tempo a atividades prazerosas e de lazer. Ocorre que o campo acadêmico de investigação psicossocial e também outras áreas de estudos dedicadas ao tema do ócio apontam para uma mudança de pensamentos na medida em que as sociedades vão se desenvolvendo. Vejamos:

Si tuviéramos que sintetizar cuál ha sido la transformación del ócio durante estos años, podríamos tener una primera aproximación a la realidad afirmando que su evolución ha sido muy positiva. Sin embargo, decir "muy positiva" creo que todavía es decir poco, habría que matizarlo, precisando que el resultado positivo se refiere a la generalización en el uso y al aumento de la palabra ocio. El término ocio ha venido a sustituir el uso que antes tenía "tempo libre", abriéndolo a nuevos significados y relacionándolo com otras áreas de desarrollo humano, tanto personal como social (CABEZA, 2007, p. 22)¹⁴.

Assim que, nas últimas décadas o pensamento sobre o tempo livre vem

¹⁴ Tradução nossa: Se tivéssemos que sintetizar o que tem sido a transformação do lazer nestes anos, poderíamos ter uma primeira aproximação com a realidade afirmando que sua evolução tem sido muito positiva. Porém, dizer "muito positivo" acho que ainda é dizer pouco, deve-se ressaltar, especificando que o resultado positivo se refere à generalização no uso e aumento da palavra lazer. O termo lazer veio substituir o uso que antes dispunha de "tempo livre", abrindo-o a novos significados e relacionando-o com outras áreas do desenvolvimento humano, tanto pessoal como social.

paulatinamente deixando de ser visto como algo de todo negativo e se tornando algo mais aceitável quando, além de se compreender como um direito conquistado a duras penas em lutas sociais históricas, se passa também a incorporar noções de valores vitais almejados socialmente, tais como a liberdade, o bem-estar social, a ânsia pelo desfrute, a autorrealização (Cabeza, 2007), dentre outros.

El desarrollo de la sociedad del bienestar ha contribuido al cambio de percepción del concepto de ocio. Las infraestructuras y los recursos de nuestro entorno se han transformado radicalmente en este sentido. Durante años hemos asistido a la proliferación de polideportivos, centros culturales, museos, parques y otros múltiples lugares de interés centrados en el entretenimiento y el disfrute de los ciudadanos. Nuestros mismos espacios urbanos parecen ser otros, después de remozar su estética, peatonalizar sus calles y crear nuevos ámbitos de encuentro (CABEZA, 2007 p. 22).¹⁵

Por outro lado, ainda segundo Cabeza, essa ociosidade em sua plenitude vivenciada nos tempos atuais transforma-se em algo vazio, desqualificado, dedicado ao puro consumo, entretenimento e sem grande estímulo a algum tipo de produção cultural, intelectual, artística ou social. Ou ainda pior. Pode também ser visto como mais um exemplo de desigualdade, posto que se destina a satisfazer a alguns privilegiados que dispõem de tempo e recursos para diversão; e assim, pode proporcionar um desequilíbrio injusto na balança social do desfrute do tempo livre, indo no sentido contrário daquilo que massas de trabalhadores em todo o mundo tiveram de lutar durante muito tempo para reduzir suas jornadas de trabalho na intenção de adquirir o almejado tempo livre como direito; é o que vemos abaixo:

Técnicamente, el tipo de ocio dominante puede ser calificado de entretenimiento, lúdico y casual. Un ocio predominantemente pasivo, en cuanto que unos los disfrutan y son otros los que piensan y lo organizan; un ocio que forma parte de una importante industria cuyo objetivo es el rendimiento económico. Esto hace que el ocio de nuestros días también pueda ser considerado, de un modo genérico, como un ocio de consumo (CABEZA, 2007, p. 23)¹⁶.

¹⁵ Tradução nossa: O desenvolvimento da sociedade de bem-estar tem contribuído para a mudança na percepção do conceito de lazer. As infraestruturas e recursos do nosso meio ambiente foram radicalmente transformados neste sentido. Durante anos, testemunhamos a proliferação de centros esportivos, centros culturais, museus, parques e outros múltiplos locais de interesse voltados para o entretenimento e diversão dos cidadãos. Nossos mesmos espaços urbanos parecem ser diferentes, depois de renovar sua estética, pedestres em suas ruas e criar novos espaços de encontro.

¹⁶ Tradução nossa: Tecnicamente, o tipo dominante de lazer pode ser descrito como divertido, lúdico e casual. Um lazer predominantemente passivo, na medida em que uns o desfrutam e outros o pensam e organizam; um lazer que faz parte de uma importante indústria cujo objetivo é o desempenho econômico. Isso significa que o lazer dos nossos dias também pode ser considerado, de forma genérica, um lazer do consumidor.

Ou seja, a exagerada tendência à individualização do sujeito moderno favorece acontecimentos desse tipo e problematiza toda aquela questão levantada mais acima sobre o sentimento de bem-estar social e o conceito de igualdade de direitos. Para Barroso (2019), não se pode dissociar completamente o período festivo do momento não-festivo, pois:

Não se trata de um espaço, de fato, livre de qualquer pressão e ordem; não é um espaço igualitário para os iguais. Na festa, as desigualdades sociais e econômicas não só existem, como também podem ser reproduzidas no festejar. Assim, não se pode confundir a unificação coletiva proporcionada pela festa com uma total desvinculação da dinâmica societária mais geral e das relações sociais cotidianas (BARROSO, 2019, p. 100).

No entanto, é dentro do cenário coletivo que se manifestam publicamente os sentimentos, crenças, valores e interesses humanos a partir de uma experiência espontânea e plural. E, como sabemos, a pressão e as ocupações exigidas pelas atividades da labuta cotidiana e também o cansaço laboral, de certo modo, limitam essas manifestações num período ordinário.

Então há que se buscar o momento ideal para que elas se revelem, ao que geralmente passa a ser justamente nessas horas dedicadas ao descanso, aos momentos de folga, ócio e lazer que podem ser sinônimos de encontros, reuniões e desfrute de momentos prazerosos ao redor daqueles que se estima a presença, tal qual explica Barroso (2019), “a festa opera ligações, atua como elo, e na mesma medida, é um espaço de trocas, rivalidades e pertencimento” (Barroso, 2019, p. 99); ou seja, o palco de excelência para a mais livre expressão das manifestações humanas está nas reuniões descontraídas dos momentos (extra)ordinários e/ou festivos vivenciados nos núcleos sociais.

O dito *homo festivus* não existe recluso. Esse conceito discutido pelo intelectual e ensaísta francês Philippe Muray, expõe em obra de sua autoria intitulada “Festivus festivus: Conversations avec Élisabeth Lévy”¹⁷, de modo absolutamente crítico, filosófico e radical, o sujeito contemporâneo e pós-moderno e põe os leitores a refletirem sobre aspectos de sua condição humana, ao que Nicolás

¹⁷ Tradução nossa: Festivus festivus: conversações com Élisabeth Lévy.

Gómez D'ávila em sua página¹⁸ esclarece:

Para esse pensador, vivemos uma era da pós-história onde o indivíduo foi desenraizado de toda identidade e só tem que ser um turista existencial. O *homo sapiens* tornou-se o *homo festivus*, cuja degeneração já é o mero *festivus festivus*, um homem sem atributos que rasteja pela superfície do globo sem questionar, raso, mendigando sexo, viciado em farras e banalidade perpétua (D'ÁVILA, 2017).

O fato é que a própria condição de sociabilidade do indivíduo – em qualquer de suas classificações - o coloca em contato criativo com o que o antropólogo Clifford Geertz (1989) denominou como uma teia de significados, com construção de sentidos e simbologias que desembocam em ações práticas, o que deixa claro que:

Estas festas representam uma teia e o seu movimento depende desta rede flutuante. Os participantes interagem com elementos externos, instituições federais, empresas privadas, entre outras organizações que juntas contribuem para a sua realização, cada um à sua maneira, desta forma a festividade ultrapassa os limites invisíveis da comunidade e o popular ganha outros contornos e novas influências. Essas intervenções estimulam o festejo e promovem aos seus integrantes novas concepções e novos usos (SILVA, 2020, p. 14).

Assim, compreendemos que a partir dos códigos internos, as motivações para a realização de um evento comemorativo podem ser inúmeras, a depender das crenças, imaginações, superstições, desejos e demais sentimentos humanos ou elementos culturais a que pertence o grupo social.

Ainda de acordo com o pensamento de Geertz (1989) na teoria da teia de significados, cada grupo vai formando os seus próprios códigos, imaginários e simbologias que constituem um arcabouço cultural enraizado internamente na memória e nas condutas dos indivíduos dessas sociedades; portanto as origens das motivações celebrativas podem estar associadas localmente - ou também por influências - a fatores naturais, religiosos, econômicos, tradicionais, políticos, sociais e tudo o que caracteriza a vida em comunidade.

Dada essa multiplicidade de motivações, a variedade festiva pode também encontrar uma infinidade de modalidades (festas tradicionais, modernas, cívicas, regionais, esportivas, folclóricas, comunitárias, públicas, burguesas, familiares, religiosas, populares, etc.) e manifestações, que vão desde os rituais e danças,

¹⁸ Disponível em: <http://losdiasalcionicos.blogspot.com/2017/08/philippe-muray-vocero-de-nuestro-asco.html>. Acesso em: 20 nov. 2021.

passando pelos jogos e brincadeiras e chegando até as comidas e decorações. De modo particular, as festas religiosas costumam manter um teor ritualístico preservado pelas crenças e tradições de suas origens. Geertz (1989) enxerga a religião a partir de uma perspectiva semiótico-cultural e a considera como:

(1) um sistema de símbolos que atua para (2) estabelecer poderosas, penetrantes e duradouras disposições e motivações nos homens através da (3) formulação de conceitos de uma ordem de existência geral e (4) vestindo essas concepções com tal aura de fatualidade que (5) as disposições e motivações parecem singularmente realistas (GEERTZ, 1989, p. 67).

Sobre a religião e suas manifestações, é importante ressaltar que, apesar de possuímos na atualidade inúmeros exemplos de festa na modalidade religiosa, entende-se que - por mais que essa dualidade tente ser negada - há nelas qualidades de raízes profanas; uma vez que a essência dos festejos quase toda está marcada por traços de paganismo em sua raiz analítica.

Do latim *festus*, dia feriado e de celebração religiosa, a festa liga-se, de modo direto ou indireto, ao sagrado. Sejam romarias, ritos de fertilidade, festejos natalícios ou pascais, as festas são formas de lembrar e agradecer ao divino e propiciar futuras graças. E porque a noção de sagrado está vinculada à de profano, isto é, os dois domínios constituem-se na própria oposição, também a festa profana toca a transcendência ao hipostasiar o grupo que a faz (LIMA; PINTO; RIBEIRO, 2019, p. 1).

O autor Lucena Filho (2012) aponta que há registros indicativos de festas coletivas antes do estabelecimento do cristianismo no mundo, advindos de civilizações orientais da Idade Antiga e depois das civilizações europeias da Antiguidade Clássica, em que os sujeitos nutriam o costume de adorar animais, deuses e outros aspectos relacionados à natureza. Era assim “unha natureza que, por resumilo nunha frase, estaba sacralizada nas relixións precristiáns. Como ben relata san Martiño, a comezos da Idade Media a natureza era obxecto de culto e devoción por parte dos galaicos” (Pociña, 2015, p. 147) ¹⁹.

Isso porque o indivíduo primitivo e camponês, por necessidade, mantinha um contato de estreita proximidade com os elementos da natureza como sendo

¹⁹Tradução nossa: Uma natureza que, resumindo em uma frase, foi sacralizada nas religiões pré-cristãs. Como bem assinala San Martiño, no início da Idade Média a natureza era objeto de culto e devoção pelos galegos.

parte ou extensão de seu próprio *habitat*, possuía certa consciência de preservação e a observação atenta aos seus fenômenos se fazia presente, como ainda hoje o fazem em comunidades de traços rurais, algo como se “a natureza e a divindade constituíam unha mesma cousa” (Pociña, 2015, p. 147)²⁰.

Ou seja, antes da disseminação do cristianismo que trouxe a concepção monoteísta de um Deus onipotente e soberano, os indivíduos tinham na natureza suas fontes de sobrevivência e por isso a adoravam e tendiam a sacralizá-la; a prática estava enraizada de tal maneira que a instituição do catolicismo, embora tenha investido inúmeras tentativas, não teve a capacidade de conseguir de todo proibi-las ou reprimi-las, já que:

Un dos primeiros obxectivos dos Pais da Igrexa e de todos aqueles ministros de Cristo que dirixiron o proceso de evanxelización e cristianización foi precisamente o desacralizar a natureza, facela comprensible, intelixible e predicible, e concederlle dessa maneira unha identidade diferente á de Deus (POCIÑA, 2015, p. 147)²¹.

A Igreja, porém, não obtendo o êxito almejado nessa empreitada de “desacralizar” a natureza, tratou de utilizar outra estratégia.

O obxectivo foi acadado a medias: por unha parte, a natureza foi considerada unha creación divina, non a propia divindade; mais pola outra, ao conservárense no proceso de cristianización gran parte dos lugares de culto precristiáns, imposibilitou que esta vinculación se perdesse por completo na mentalidade da meirande parte da poboación, pois a natureza nunca perdeu o seu papel na devoción e no culto (POCIÑA, 2015, p. 147)²².

Ainda sem sucesso, por fim o recurso que restou à Igreja católica foi promover uma certa adaptação e ligação dos recursos da natureza com o cristianismo, como Pociña conclui abaixo:

Deste xeito, máis que “desacralización” habería que falar de

²⁰ Tradução nossa: Natureza e divindade eram uma mesma coisa.

²¹ Tradução nossa: Um dos primeiros objetivos dos Padres da Igreja e de todos os ministros de Cristo que conduziram o processo de evangelização e cristianização foi precisamente profanar a natureza, torná-la compreensível, inteligível e previsível, garantindo-lhe assim uma identidade diferente de Deus.

²² Tradução nossa: O objetivo foi alcançado pela metade: por um lado, a natureza era considerada uma criação divina, não a própria divindade; mas, por outro lado, como a maioria dos locais de culto pré-cristãos foram preservados no processo de cristianização, tornou-se impossível que esse elo se perdesse completamente na mentalidade da maioria da população, pois a natureza nunca perdeu seu papel na devoção e adoração.

“resacralización”, dado que determinados espazos continuaron mantendo a súa conexión co sagrado trala súa aprobación por parte da Igrexa, formando unha xeografía do sagrado, pero mediante a participación de Deus na paisaxe mais que esta como divindade en si mesma (POCIÑA, 2015, p. 147)²³.

Toda e qualquer manifestação coletiva é um sentimento interno em conjunto que se deixa pôr para fora, é uma espécie de mensagem subjetiva pluralizada que se quer fazer notar, expor ao público. Um pensamento, uma ideia, uma palavra, um desejo ou qualquer subjetividade coletiva que se quer gritar aos quatro cantos. Durkheim *apud* Silva (2020, p. 12) considera este algo interno que se quer dar a conhecer como expressões sociais que se buscam revelar, exhibir, divulgar, exteriorizar como sendo uma das características da festa, pois ela produz certo estado de “efervescência coletiva”. Além disso, Durkheim também considera como características festivas, a superação da distância entre os indivíduos e a transgressão das normas coletivas.

Se não fosse o indivíduo para transmitir alguma mensagem ou sentimento e fazer-se ser compreendido, qual seria então o sentido das expressões gráficas, artísticas, midiáticas e culturais? Para isso estão as manifestações artísticas – canções, pinturas, filmes, esculturas, livros, novelas. Para isso também está a imprensa – cartas, documentos, folhetos, registros, fotografias. Os meios de comunicação, a tecnologia e as modernas mídias sociais também. Portanto, o interesse em externar sentimentos, ideias, desejos ou pensamentos - e registrá-los - faz parte da necessidade humana da comunicação. E as festas? Elas também comunicam. E muito. Tal qual – ou mais – tudo o que foi citado acima, por ser ela própria considerada como uma linguagem em si mesma.

Sendo uma linguagem, como já se observou (Leach, 1972; Lévi-Strauss, 1976; Da Matta, 1978; Brandão, 1973,1985 e outros), a festa não só é um fenômeno social, como constitui, simultaneamente, um fundamento de comunicação, uma das expressões mais completas e “perfeitas” das utopias humanas de igualdade, liberdade e fraternidade (AMARAL, 1998, p. 22).

Embora pareça algo quase imperceptível ou mesmo superficial, a comunicação acontece de forma intensa nos eventos festivos de qualquer natureza. A Semiótica nos ensina que muita coisa pode ser sinal, logo, comunica. Nos

²³ Tradução nossa: Assim, mais do que profanação, devemos falar de “ressacralização”, visto que determinados espaços continuaram a manter a sua ligação com o sagrado após a sua aprovação pela Igreja, formando uma geografia do sagrado, mas através da participação de Deus no sagrado. paisagem. é como uma divindade em si mesma.

princípios semióticos está posto que:

Para que haja comunicação é preciso criar uma mensagem a partir de signos, mensagem que induzirá o interlocutor a elaborar outra mensagem e assim sucessivamente. (...) O modelo semiótico considera inseparáveis o conteúdo e o processo de comunicação. Conteúdo e processo condicionam-se reciprocamente, pelo que o estudo da comunicação passa pelo estudo das relações sógnicas, dos signos utilizados, dos códigos em vigor, das culturas em que os signos se criam, vivem e actuam. Quer isto dizer que o significado da mensagem não se encontra instituído na mensagem, como que seu conteúdo, e independente de qualquer contexto, mas que é algo que subsiste numa relação estrutural entre o produtor, a mensagem, o referente, o interlocutor e o contexto (FIDALGO; GRADIM, 2005, p. 19 – 20).

Tal qual o exemplo clássico de Geertz (1989) em seu afamado livro “A interpretação das Culturas” a respeito das diversas interpretações que se podem ter em torno do simples ato de uma piscadela, lembramos que se o indivíduo pertence àquele ambiente e conhece seus signos, ou está disposto a observá-los e analisá-los como um antropólogo em campo, logo se dará conta que muitos são os sinais dispostos nestes cenários. Sabemos que os corpos comunicam, os olhares comunicam, os gestos, as vestimentas, os movimentos; tudo isso faz parte de um arsenal comunicativo que se encaixa dentro de todo e qualquer evento em que as individualidades se socializam; sejam eles formais ou informais, solenes ou populares, contemporâneos ou não.

Para além de uma visão simplista do espaço festivo, há de se observar os detalhes da decoração, da música, das comidas, das danças, dos anúncios, publicidades, do nome dado à festa, dos *slogans*, logomarcas e do *marketing* ali envolvido (se houver), além dos produtores, idealizadores, organizadores, técnicos e demais setores envolvidos. Estar atento a cada momento dedicado ao evento, qual o seu ápice e o seu declínio, quais os personagens envolvidos na cena, entender por que estão ali, se trata-se de uma festa aberta ou fechada, íntima ou familiar, etc., perceber a questão da identidade festiva e, sobretudo, qual a motivação para este acontecimento.

Daí que, a partir de toda a discussão ora realizada, se pode ter claro que as festas em suas mais variadas modalidades - inclusive as religiosas - são eventos profanos por excelência; que remetem a tudo o que já foi mencionado aqui a respeito da característica social dos indivíduos, da postura ativa de cada sujeito, da

dinamicidade das comunidades, das alteridades naturais e sociais dos espaços, das mudanças de uso do tempo livre e dos momentos de ócio, da busca por relaxamento, diversão, lazer, encontros e distrações; da construção, disseminação e compreensão dos signos sociais; dos traços simbólicos produzidos, das ideias que comunicam, da cadeia social e estrutural participativa que movimentam, da inversão de papéis e valores em datas permitidas formalmente dentro da construção social estruturalmente estabelecida.

Assim, a cadeia festiva é uma complexidade que mexe com os instintos humanos - filosóficos, psicossociais, físicos, psicológicos e emocionais – e também é símbolo e reflexo de uma civilização e marcam gerações. A riqueza de se aprofundar em conhecer o universo festivo está em dar-se conta das curiosidades de suas origens, histórias, personagens e desdobramentos, pois “transformadas em marcadores identitários e vividas sob novas significações, as festas oferecem a quem as festeja e a quem as estuda a certeza das coisas eternas, porque humanas” (Lima, Pinto, Ribeiro; 2019, p. 10).

É preciso entender que dificilmente haverá uma festa vazia de significado, pois por trás de cada uma delas, sempre haverá alguma razão de ser que determine o que se está a comemorar ou compartilhar coletivamente. É o que veremos a seguir relativamente ao universo das festas de São João.

3.2 São João: Das origens à atualidade

A Era pré-cristã já inaugura a seu modo o que corresponde ao que conhecemos hoje por festas de São João no calendário comemorativo. As suas origens remontam às antigas tradições pagãs dos povos egípcios relacionadas às simbologias sociais daquela sociedade de forte ligação com os elementos da natureza; que, na intenção de comemorar o período do tempo marcado pelas colheitas, costumavam tradicionalmente cultuar o sol, a fertilidade e o fogo.

A posterior incorporação desses rituais por parte do povo romano difundiu-se pela extensão do continente europeu entre os diversos grupos humanos que se encontravam espalhados pelo continente àquela altura e permaneceram entre eles como hábitos ritualísticos, clamando a fertilidade humana e também bons resultados no que tange aos interesses dos fenômenos naturais necessários para se obter uma

colheita proveitosa e com fartura com vistas à manutenção dos seus núcleos familiares.

Além disso, é importante que se saiba que dentro do recorte territorial do Hemisfério Norte, onde os diversos povos (celtas, persas, egípcios, bascos, sírios, sardenhos, sumérios, etc.) encontravam-se dispersos pelo continente europeu, costuma-se haver uma demarcação profunda das quatro estações do ano; diferentemente do que ocorre no Hemisfério Sul, pois “no Hemisfério Norte as estações são bem definidas e no Sul existe uma alternância entre períodos de chuvas e longas estiagens” (Silva, 2017, p. 27).

E então é nessa parte correspondente ao Hemisfério Norte que acontece um fenômeno durante o mês de junho conhecido por Solstício de Verão, em que, marcadamente entre os dias 21 e 23, por volta do meio-dia, o sol alcança sua maior altura no céu; tornando-se, conseqüentemente, o dia mais longo de todo o ano e também a noite mais curta; quer dizer “é o solstício, um momento do ano carregado de simboloxia, no que o cristianismo pon, precisamente a san Xoán Bautista, por ser o precursor da chegada do Mesías, o que anuncia a súa vinda” (Vizcaya; Vidal, 2009, p. 132) ²⁴.

E é aí neste dia que os povos antigos mencionados se organizavam para preparar seus rituais de fertilidade humana, acompanhados dos pedidos para lograrem êxito no campo das lavouras em razão do modo de vida agrícola que levavam; clamando por boas plantações, chuvas e colheitas.

Na verdade, os rituais de fertilidade associados ao cultivo das plantas, incluindo todo o ciclo agrícola — a preparação do terreno, o plantio e a colheita —, sempre foram praticados pelas mais diversas sociedades e culturas em todos os tempos. Das tradições estudadas por Frazer destacam-se os ritos celebrados nas terras do Mediterrâneo oriental (Egito, Síria, Grécia, Babilônia) com o objetivo de regular as estações do ano, especialmente a passagem da primavera para o verão, que sela a superação do inverno (RANGEL, 2008, p. 16).

Em contrapartida, nessa mesma época do mês de junho, ocorre o fenômeno inverso no Hemisfério Sul, conhecido como Solstício de Inverno, simplesmente marcando o fim do período da quadra chuvosa e preparando-se para o período de

²⁴ Tradução nossa: É o solstício, época do ano carregada de simbolismo, em que o cristianismo se coloca, justamente São João Batista, por ser o precursor da vinda do Messias, que anuncia a sua vinda.

estiagem vindouro, com expectativas de obterem uma boa colheita daquilo que se plantou anteriormente durante o período invernos.

A partir da observação desses fenômenos meteorológicos, climáticos e suas implicações nas crenças e costumes culturais dos povos, nascem as motivações para as celebrações festivas de São João ou festas juninas (leva esse nome por serem realizadas durante o mês de junho); mas nem sempre existe um consenso entre os autores sobre suas origens, de modo que na visão da antropóloga brasileira Rita Amaral (1998):

Acredita-se que estas festas têm origens no século XII, na região da França, com a celebração dos solstícios de verão (dia mais longo do ano, 22 ou 23 de junho), vésperas do início das colheitas. No hemisfério sul, na mesma época, acontece o solstício de inverno (noite mais longa do ano). Como aconteceu com outras festas de origem pagã, estas também foram adquirindo um sentido religioso introduzido pelo cristianismo, e trazido pela igreja católica ao Novo Mundo. A comemoração das festas juninas é certamente herança portuguesa no Brasil, acrescida ainda dos costumes franceses que a elas se mesclaram na Europa (AMARAL, 1998, p. 66).

Entendemos que o binômio indivíduo - natureza pode ser considerado como uma das mais primitivas, mas também das mais autênticas formas de interação. Neste contato há muita sabedoria, aprendizagem e descobertas que proporcionam métodos de experimentos e observações que moldam o comportamento dos indivíduos e seus modos de ser e viver. De acordo com Rangel (2008), das necessidades se extraem aprendizados, que podem ser percebidos em variadas situações, inclusive nas relacionadas ao cultivo e coleta:

O ciclo anual da natureza prevê a morte e o ressurgimento da vegetação. Todos os anos as plantas passam por um processo de transformação: no outono, as folhas mudam de cor, tornando-se amareladas e murchas; no inverno, elas caem e deixam a planta sem folhas até que chega a primavera. O sol então começa a brilhar com mais intensidade e a vegetação renasce, brota e floresce para oferecer as sementes do novo ciclo, cujos frutos estarão maduros no verão (RANGEL, 2008, p. 16).

Para além dessa forte ligação do indivíduo com a natureza, apreende-se que ele também aprende a lidar com a administração e controle do tempo, do clima, do espaço, das estações e da passagem de momentos; o que desperta o olhar para uma outra funcionalidade importante das festas, qual seja, a histórica.

Pelo lado do tempo circular, as festas são os pontos axiais que marcam o tempo que se repete: as estações do ano, o ciclo da natureza e da agricultura, as feiras, os dias de devoção ao sagrado, os aniversários. Se as

festividades são inerentemente cíclicas, elas existem também no tempo linear e têm profundidade histórica (LIMA, PINTO, RIBEIRO; 2019, p. 8).

Ou seja, o fato de acontecerem periodicamente (quase sempre anualmente), as festas demarcam datas, momentos importantes, que estarão sempre registrados na memória coletiva de um povo que se preocupou em prepará-las e vivenciá-las de acordo com a sua referência cultural e simbólica acumulada, conscientes que “a memória talvez seja um dos elementos mais importantes e está ligada à história e origem da manifestação” (Silva, 2020, p. 14). Ainda sob o ponto de vista histórico, outro importante trabalho são as fontes encontradas a partir dos apontamentos de cronistas, que registram as experiências observadas e que depois despontam como documentos históricos para um futuro, por certo, consciente de seus traços culturais que o moldaram enquanto corpo social.

Os traços culturais referentes ao São João apresentam aspectos imprecisos quanto à ambiguidade dos termos tradição e modernidade. Autores clássicos dos estudos culturais como Giddens e Canclini já chegaram a discutir sobre essa ambivalência entre tradição x modernidade; entretanto a imprecisão permanece na mente dos estudiosos como um desafio posto na atualidade da temática festiva. Na visão de Li Jiaqi (2021), a tradicionalidade celebrativa está relacionada também a fatores locais de nacionalidade:

A festa tradicional é particularmente importante, na medida em que reflete a história, as tradições, as crenças, os hábitos e outras características de um povo. Regra geral, tem relação com a vida cotidiana, é como um espelho que reflete os diversos aspectos da cultura e da vida de um país (JIAQI, 2021, p. 9).

Para Lima, Pinto e Ribeiro (2019), a tradição apresentada nos eventos contemporâneos já se evidencia por si só com um aspecto amplamente ressignificado, dado o momento de realização e todas as alterações temporais implicadas neste movimento; porém utilizam-se do termo tradição pelo peso envolvido neste vocábulo que o investe de certa legitimidade enquanto manifestação cultural. Vejamos parte da discussão levantada:

Quando, na contemporaneidade, a tradição é invocada, está-se já perante a sua ressignificação, isto é, a tradição converte-se em discurso legitimador sobre uma miríade de manifestações culturais de matriz popular que, por não se enquadrar nos cânones da racionalidade moderna, são justificadas reflexivamente. Tendo mudado o sistema tecnológico, económico, social e axiológico, a *praxis* tradicional já só tem lugar como contraponto simbólico

da modernidade, como vestígio de uma “autenticidade” em vias de extinção ou de contaminação (LIMA, PINTO, RIBEIRO; 2019, p. 8).

Jiaqi (2021), por sua vez, vai mais além ao explorar mais profundamente a questão da tradição nas festas e, na sua visão, deve-se aproveitar o que há de favorável nas características tradicionais com vistas ao desenvolvimento humano, pois segundo seu pensamento, “as tradições positivas promovem o desenvolvimento social, pelo contrário, tradições conservadoras podem impedi-lo” (Jiaqi, 2021, p. 9 - 10). E para concluir essa ampla discussão, obviamente que não de modo definitivo, se esclarece que:

Em suma, a festa tradicional apresenta uma cultura criada, desenvolvida e transmitida pelo povo durante o desenvolvimento histórico de um país ou uma região. Comparativamente às restantes, a festa tradicional caracteriza-se por ser uma herança do passado. Para além disso, possui objetos de sacrifício ou de comemoração, lendas ou mitos relacionados, figuras históricas, tabus, etc. Finalmente, ela é o resultado da conceção de longo prazo do espírito nacional, num contexto social específico, e a exibição mais proeminente da existência de um povo (JIAQI, 2021, p. 10).

Entretanto, existe aí um fato que está presente em qualquer tipo de manifestação humana: o caráter absolutamente impermanente, variável e insolúvel do fluxo da vida em sociedade e das formas de interação entre os humanos.

De facto, até mesmo as festas populares que a tradição transporta de geração em geração, com frequência coladas à crença de que “sempre foram assim” e que assim têm de continuar a ser, até essas, se não mesmo sobretudo essas, se transformam, não apenas nas suas práticas e materialidades como também nos seus sentidos, graus e formas de adesão e entusiasmo. Difícil aceitar que seja de outro modo, se mudam as pessoas e as comunidades que em cada tempo e lugar as fazem suas e as alimentam e recriam (LIMA, PINTO, RIBEIRO, 2019, p. 9 – 10).

Neste aspecto é pouco provável que não haja consenso entre autores, e então Li Jiaqi (2021) corrobora o que já mencionamos nesta tese anteriormente:

As festas surgiram na sociedade antiga e o seu desenvolvimento, como o de muitas outras coisas, passou de um processo simples a complexo. Ao longo da história, novos conteúdos, conotações e formas foram adicionados às festas, para se tornarem os atuais eventos coloridos e ricos. Obviamente, as festas continuarão a desenvolver-se e a mudar com o tempo (JIAQI, 2021, p. 9).

Isso quer dizer que, embora se tenham registros das raízes do São João enquanto festa; ao longo do tempo ele passou por diversos processos que o fizeram perder alguns elementos clássicos de suas celebrações e a adquirir outros novos de caráter universal, incorporados de forma espontânea ou não, e que podem se

diferenciar ou adaptar a depender da região em que se realizam.

O festejo de São João constitui para a Igreja Católica a antecipação da chegada de Cristo. Em paralelo ocorre o novo ciclo de colheitas advindo com o solstício de verão e também atribuído ao anúncio do advento revelado por João Batista. A introdução desses festejos no calendário católico fez com que os mesmos se tornassem popular na Europa. Em alguns países europeus, os hábitos de culto foram incorporados e adaptados à cultura local (SILVA, 2017, p. 28).

Um dos principais traços de mudança de caráter universal experimentado pelas festas de São João, conforme visto, foram as investidas da Igreja católica em dessacralizar os rituais e cultos dedicados à natureza; que fora sufocado pelo forte enraizamento nas culturas populares da época. Diante da dificuldade de torná-las proibidas, a alternativa então foi incorporar elementos católicos nas festividades realizadas no mês de junho em todos os lugares por onde a igreja católica exercia poder.

Se por um por um lado, observa-se as instituições tentando dar uma única função à festa, por outro vamos perceber o povo dela se apropriando de maneira peculiar. A festa, seus espaços e suas atividades vão ter outra interpretação aos olhos da multidão, a cada momento possibilitando uma inversão na sua utilização. Pondo a festa de cabeça para baixo, o povo fazia da reunião e do encontro o momento de protesto e caricatura das instituições modernas que tentavam adestrá-lo (PRIORE, 1994, p. 105).

Dessa forma, ao que já era tradição comemorativa pagã, passou-se a celebrar o nascimento do santo São João Batista no dia 24 de junho e, junto a ele, acrescentou-se também Santo Antônio no dia 13 de junho e São Pedro no dia 29 de junho; ao que posteriormente seriam adicionadas devoções direcionadas a cada um deles para súplicas diferentes.

É o solstício, un momento do ano cargado de simboloxia, no que o cristianismo pon, precisamente a san Xoán Bautista, por ser o precursor da chegada do Mesías, o que anuncia a súa vinda. Un santo que cadra cos arcaicos rituais desta data, pois que tamén el usaba a auga como elemento purificador dos seus adeptos. (...) E se san Xoán é o precursor de Cristo, san Pedro é o postcursor, a quen se lle celebra á sua data no día vinte e nove, adquirindo nalgúns casos os atributos da luz e do amanecer, tal o galo que lle fai entender a verdade da súa relixiosidade ou as chaves que porta, unha de ouro (símbolo de sol) e outra de prata (símbolo da lúa), para representar o cosmos e o dominio sobre o universo, a chave que abre a porta da gloria ou a do inferno. Patrón de pescos, cerralleiros e parteiras, pois que tamén el, coas chaves, abre e pecha as portas da vida (VIZCAYA,

VIDAL; 2009, p. 132)²⁵.

Desde então, as festas juninas deixaram mais de lado o aspecto lúdico e profano da celebração e assumiram uma postura religiosa diante do domínio católico e da prevalência crescente do número de fiéis com a crença predominante nos preceitos do cristianismo no mundo ocidental, penetrando profundamente nas características culturais de um povo, o que nos induz a assimilar que a:

Religião é essencialmente a expressão simbólica, mítica e alegórica da cultura espiritual das diferentes nações e não pode ser separada do conteúdo da cultura. Desenvolve-se com a sociedade e a história, isto é, o seu sistema ideológico entrelaça-se com várias ideias da sociedade e torna-se uma parte importante da cultura social (JIAQI, 2021, p. 7).

A data de 24 de junho – e sua véspera - permanece então como um dia festivo em função do solstício de verão e dos demais aspectos naturais, agrícolas e climáticos realizados anteriormente de forma tradicional, porém agora acrescido de um novo valor oscilante entre os modelos festivos populares e os profanos, como Castro (2012) aponta em seus estudos sobre o fenômeno junino.

No passado o papel das festas populares sagradas era o de renovar os vínculos entre o crente e a divindade, enquanto aquelas consideradas profanas tinham o papel de divertir, entreter, ou, em alguns casos, transgredir a ordem social estabelecida (CASTRO, 2012, p. 21).

Nesse período, internaliza-se que é tempo de agradecer e pedir bênçãos; só que não mais à natureza, mas a Deus e aos santos desse mês: Santo Antônio, São João e São Pedro.

Figura 1 - Os três santos juninos

²⁵ Tradução nossa: É o solstício, uma época do ano carregada de simbolismo, em que o cristianismo se coloca, justamente São João Batista, por ser o precursor da vinda do Messias, que anuncia a sua vinda. Um santo que se enquadra nos rituais arcaicos dessa época, pois também utilizava a água como elemento purificador de seus seguidores. (...) E se São João é o precursor de Cristo, São Pedro é o pós-cursor, que se comemora na sua data, no vigésimo nono dia, adquirindo em alguns casos os atributos de luz e alvorada, como o galo que o faz entender a verdade de sua religiosidade ou das chaves que usa, uma de ouro (símbolo do sol) e outra de prata (símbolo da lua), para representar o cosmos e o domínio sobre o universo, a chave que se abre a porta da glória ou do inferno. Padroeiro dos peixes, serralheiros e parteiras, porque também ele, com as chaves, abre e fecha as portas da vida.



Fonte: Sintcope²⁶

Percebe-se dentro do horizonte junino que os elementos naturais (sol, fogo, lua), os interesses, os desejos e necessidades, as tradições (acender fogueiras, por exemplo) ainda permanecem, de acordo com Lucena Filho (2012):

(...) em quase toda Europa ocorre as festividades com perfil popular e com suas significações vinculadas às virtudes das ervas, do fogo e das águas. Nessa noite do festejo junino, as fogueiras e banhos rituais, as práticas adivinhatórias e propiciatórias ligadas, sobretudo, ao casamento, à saúde e à felicidade, são vivenciadas (LUCENA FILHO, 2012, p.38).

Porém estes movimentos apresentam agora uma nova roupagem, com a incorporação de um novo formato e de uma nova configuração festiva.

Mais de todas as festas deste mes que celebramos na actualidade, quizabes sexa o San Xoán a de máis sona e importância pola carga de rituais que conserva, e que a Igrexa adaptou en lembranza de que, como nos contan os evaxeos, a Virxe estaba embarazada de seis meses cando visitou a súa curmá, como lembramos no mês pasado, e agora, neste día, acabada de dar a luz, e así, ó situar ó Nadal no solstício de inverno, o san Xoán cadra nas contas co solstício de verán, o día máis longo do ano, cando a pesar desa largueza, coas lumaradas aínda se tenta vencer máis á noite prolongando a luz por máis tempo; unha data na que a auga, o lume e a terra, toman valor apotropaico e cobran significado misto (VIZCAYA; VIDAL, 2009, p. 127 – 128)²⁷.

²⁶ Santo Antônio, São João e São Pedro histórias dos santos juninos. Fonte: <https://sintcopepetrolina.org.br/noticia/santo-antonio-sao-joao-e-sao-pedro-historias-dos-santos-juninos/1427>. Acesso em: 29 nov. 2021.

²⁷ Tradução nossa: De todas as festas deste mês que hoje celebramos, o Dia de São João é talvez a mais célebre e importante pela carga de rituais que preserva e que a Igreja adaptou em memória do facto de, como nos dizem as evasões, a A Virgem estava grávida de seis meses quando visitou a prima, como nos lembramos no último mês, e agora, neste dia, acabou de dar à luz, e assim, colocando o Natal no solstício de inverno, São João se encaixa nas contas com o solstício de verão, o dia mais longo do ano, quando apesar dessa duração, com as luminárias ainda se tenta ganhar

Além de tudo isso, a simbologia religiosa ganha ainda mais terreno ao arrematar datas importantes do evangelho, tendo em vista que o dia 24 de junho marca exatamente os seis meses que antecedem a festa religiosa das mais importantes para a Igreja católica, quando, segundo a bíblia, a virgem Maria deu a luz, no dia 24 de dezembro, ao menino Jesus. O natalício tem sua grande importância; por isso, junto ao Natal, as festas de São João e Semana Santa compõem o trio do calendário comemorativo religioso mais significativo para a Igreja católica apostólica romana e seus seguidores, representando os momentos mais importantes da trajetória de Jesus na terra: o seu nascimento (Natal), seu batizado (São João), e sua morte e ressurreição (Semana Santa).

Cada um desses momentos é celebrado em períodos distintos ao longo do ano e possuem suas formas próprias de celebração. Alguns são mais intimistas e familiares como o período natalino, outros mais reflexivos e orantes como a Semana Santa ou período pascal, e outros mais festivos, como o São João. Ou seja, foi-se estabelecendo culturalmente um modelo convencional e clássico de cerimonial para cada etapa do calendário festivo dentro da perspectiva religiosa, dando a perceber a variedade de manifestações públicas que se pode ter dentro do leque religioso-cultural, que estão sobremaneira vinculados, conforme seguiremos observando mais adiante.

As manifestações religiosas incluem o ritual, o sermão, a comemoração, o culto, o sacrifício, o festival, a festa, o serviço fúnebre, o matrimônio, a oração, a música, a arte, a dança, o serviço público e outras formas de expressão cultural. Todas as religiões têm diferentes manifestações, refletem diferentes contextos culturais e tradições (JIAQI, 2021, p. 7).

Tudo isso ajuda a criar um imaginário de profundo fervor religioso entre os membros de uma comunidade que corrobora com o pensamento que já sinalizamos de Geertz (1989) sobre religião, que, para ele, trata-se de um sistema de símbolos capaz de estabelecer poderosas, penetrantes e duradouras disposições e motivações nos sujeitos. Jiaqi (2021) também enxerga esse potencial da religião como formadora do perfil cultural de determinado povo.

Como um modelo tradicional, a religião não só tem um impacto significativo

mais à noite prolongando a luz por mais tempo; uma data em que água, fogo e terra assumem valor apotropaico e assumem significados mistos.

no desenvolvimento social, nomeadamente ao nível da cultura e do pensamento, como também injeta alguns conteúdos específicos numa cultura, num determinado período histórico. O desenvolvimento da religião humana e o desenvolvimento da cultura interpenetram-se mutuamente (JIAQI, 2021, p. 7).

Tanto é assim que ainda hoje é bastante comum identificar a realização de festas juninas dentro dos pátios de paróquias, com bastante movimento e envolvimento de vizinhos e pessoas próximas da comunidade na organização de atividades relacionadas ao evento, pois “longe de permanecerem como uma contínua repetição do passado, as festas renovam-se em ligação com os contextos das comunidades e produzem novos sentidos para quem nelas participa” (Lima, Pinto, Ribeiro; 2019, p. 10).

Outro fator ainda mais comum de perceber é que em praticamente todas as festas juninas realizadas até hoje não haverá de faltar a presença da instituição da Igreja – seja ela real ou cenográfica – marcando aí o caráter religioso e sagrado da festa a partir da influência cristã e, mais uma vez, a associação entre o sagrado e o profano nas manifestações populares juninas.

Figura 2 - Festa de São João ao redor da Igreja



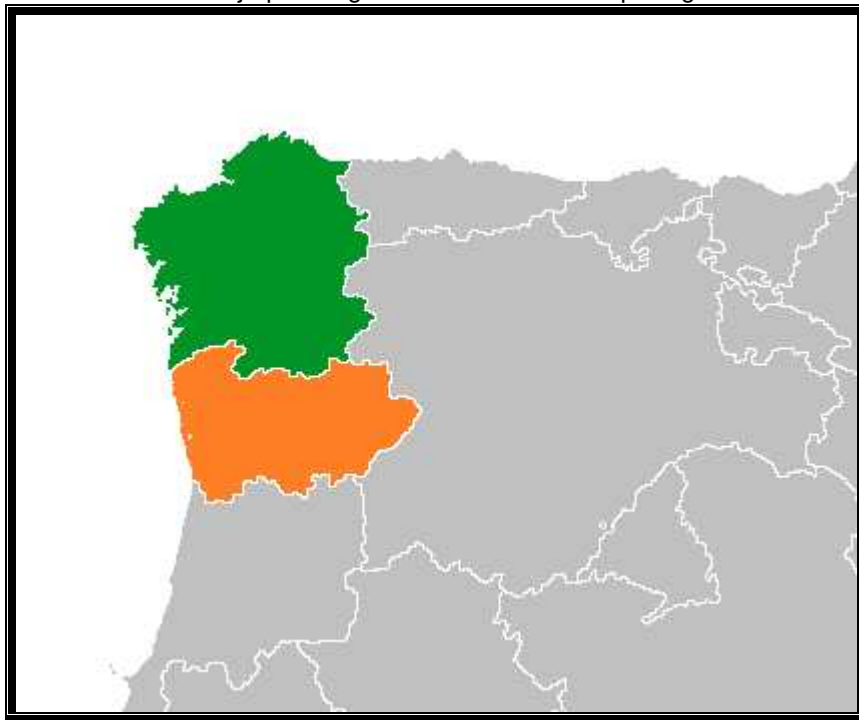
Fonte: Adjori²⁸

²⁸ Disponível em: <https://www.adjorisc.com.br/jornais/palhocense/online/cultura/palhocense-pesquisa-festa-de-s%C3%A3o-jo%C3%A3o-no-sert%C3%A3o-nordestino-1.1741438>. Acesso em: 30 nov. 2021.

De fato, este é um movimento que acontece em boa parte por onde o catolicismo predomina. Então, mantendo o foco de análise, sobretudo nas festividades dos locais de interesse desta pesquisa, o São João europeu foi o que passou por cada etapa da festa aqui relatada.

Para o nosso estudo, destacamos as experiências e relações vividas entre o que corresponde hoje à região espanhola pertencente à comunidade autônoma da Galícia e a região norte de Portugal, por motivos de que a península ibérica²⁹, antes de se dividir oficialmente, por questões políticas de disputas territoriais, predominantemente entre dois países - Portugal e Espanha - nutria proximidades geográficas e semelhanças culturais e linguísticas que o faziam ser quase como um povo único.

Figura 3 - Localização geográfica definida em verde pela região da Galícia em território espanhol e em laranja pela região Norte do território português



Fonte: Wikipedia³⁰

Neste cenário geográfico, muitos eram os aspectos que se confundiam, e –

²⁹ A maior parte territorial da Península Ibérica corresponde aos países Portugal e Espanha e está situada na parte mais ocidental do sudoeste da Europa.

³⁰ Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Eurorregi%C3%A3o_da_Galiza-Norte_de_Portugal#/media/Ficheiro:Eurorregi%C3%B3n_Galicia_Norte_de_Portugal.png. Acesso em: 30 nov. 2021.

embora menos, ainda se confundem. A língua galega, ainda em uso na Galícia e em algumas regiões da Espanha ou também por onde foi disseminada em razão dos movimentos migratórios galegos, possui raízes³¹ comuns com a língua portuguesa; contudo, ao longo da história e do tempo, elas começaram a divergir e passaram a evoluir cada uma tomando seus próprios rumos.

Na Ibéria atual algumas coisas mudaram, mas certas características e traços, sobretudo folclóricos e culturais, ainda permanecem e, em certa medida, também o aproximam. O respeitado antropólogo e folclorista brasileiro Diegues Júnior (2013) sinaliza a relevância que se deve dar aos contornos regionais das manifestações culturais, pois é na delimitação física e geográfica que se pode dar a conhecer a feição de determinados grupos humanos.

É esta base regional do folclore que lhe dá os contornos mais definidos, a sua expressão ligada a um povo ou, particularmente, a um grupo humano, sua existência num determinado ambiente, isto é, aquilo que nós consideramos popular de uma área ou de um povo. Pois todo fato folclórico tem sua região de existência, muito embora se encontrem variantes em outras regiões. Justamente essa definição regional é que permite que se caracterize a origem, o fundamento, a manutenção dos fatos folclóricos, estudando-se os grupos étnicos e a cultura da região em que eles aparecem (DIEGUES JÚNIOR, 2013, p. 379).

Um dos traços de proximidade é a realização de manifestações culturais e festividades populares. Como afirmamos, as festas juninas europeias passaram por todos os processos de modificações em seu cariz original. Tanto na Galícia quanto em Portugal, as festas de São João ainda permanecem com impacto representativo em suas regiões, fato que o antropólogo e investigador galego Xosé Manuel González Reboredo não nega, quando diz:

A compartimentación da terra, mesmo do mar, e a multiplicación de pequenos entraves poboacionais tem unha consecuencia obvia na esfera da cultura festiva: tamén neste eido atopamos unha intensa proliferación/atomización das festas. Centos de romarías, miles de festas de aldea e de parroquia ou vila, diversas variantes das festas universais do ciclo anual e, nos último decênios, unha lexión de festas laicas e gastronómicas converten a Galicia nun país eminentemente festeiro para o visitante (REBOREDO, 1989, p. 14)³².

³¹ Fazem parte do conjunto de línguas latinas da Península Ibérica ou também reconhecidas por alguns linguistas como línguas ibero-românicas, devido às suas origens advindas do Latim dos povos romanos.

³² Tradução nossa: A compartimentação da terra, mesmo do mar, e a multiplicação de pequenas barreiras populacionais têm uma consequência óbvia no âmbito da cultura festiva: também neste

Ocorre que a influência católica predominou fortemente nessa região assinalada, interferindo vigorosamente no processo de formação festiva desse território. Explica ele:

Os galegos en particular, sempre encheron as distintas datas do ano com contidos culturais. No mundio europeu occidental, no que Galicia se inclúe, atopamos dende hai casi dous milênios unha fonte de orixe relixiosa que dotará ás festas de sentido cultural: o cristianismo. (...) nas nosas festas e cultos teñan atopado continuidade entre o paganismo e a cristiandade – esaxeradamente ás veces, razoablemente outras -, a nosa sociedade asimilou, num proceso plurissecular, unha ideoloxía baseada nos principios emanados da igrexa, adaptándoos, isso si, ás súas peculiares necesidades. Isto ponse de manifesto em duas cuestións:

I - Na fixación dos ritmos temporais do ano.

II - No desenvolvemento dos cultos particulares a santos, ou os universais a María e Cristo (REBOREDO, 1989, p. 15)³³.

E, além disso, esta forte influência promoveu também uma mescla de elementos – dos antigos pagãos aos novos religiosos - de tal modo que há quem arrisque dizer que os elementos pré-cristãos conseguem se sobressair aos cristãos nesses eventos comemorativos galegos:

Coincidencias en toda las dioceses: en primeiro lugar, a festividade de san Xoán Bautista, que era festexada en tódalas bispados, incluídos os portuguesas. Tratábase, mesmo hoxe en día, nunha das principais festas do ano, ligada ao solsticio de verán, na que os elementos de orixe precristiá eran máis protagonistas ca os propiamente cristiáns (POCIÑA, 2015, p. 108)³⁴.

Nota-se que o autor galego comenta que a realização dos festejos em homenagem a São João Batista se dava em todos os bispados na sua região da

campo encontramos uma intensa proliferação / atomização das festividades. Centenas de romarias, milhares de festas de aldeia e freguesia ou aldeia, várias variantes das festas universais do ciclo anual e, nas últimas décadas, uma legião de festas seculares e gastronômicas fazem da Galícia um país eminentemente festivo para o visitante.

³³ Tradução nossa: Os galegos, em particular, sempre preencheram as diferentes datas do ano com conteúdos culturais. No mundo da Europa Ocidental, em que se insere a Galícia, encontramos há quase dois milênios uma fonte de origem religiosa que dará às festas um sentido cultural: o cristianismo. (...) nas nossas festas e cultos encontraram uma continuidade entre o paganismo e o cristianismo - ora exagerado, ora razoavelmente outro - a nossa sociedade assimilou, num processo secular, uma ideologia baseada nos princípios emanados da Igreja, adaptando-os, sim, às suas necessidades peculiares. Isso é evidente em duas questões:

I - Na definição dos ritmos temporários do ano.

II - No desenvolvemento dos cultos particulares aos santos, ou universais a Maria e a Cristo.

³⁴ Tradução nossa: Coincidências em todas as dioceses: primeiro, a festa de São João Baptista, que era celebrada em todos os bispados, incluindo os portugueses. Era, ainda hoje, uma das principais festas do ano, ligada ao solstício de verão, em que os elementos de origem pré-cristã eram mais proeminentes do que os próprios cristãos.

Galícia e também nos portugueses. Quer dizer, são regiões que receberam as influências externas e que também as transportaram para onde possuíam certo domínio político-cultural. Esse domínio, conforme visto, se deu de forma mais incisiva nos séculos XV e XVI das grandes navegações, em que Portugal se lançara como potência nessa modalidade e logo também a Espanha e outras nações saíram a navegar e descobrir novas terras, conduzindo ao processo de colonização de outros povos.

Essas influências festivas galego-portuguesas, por dizer assim, chegaram ao Brasil colonial a partir do ano de 1500 pelos conquistadores a bordo das caravelas portuguesas. Só que, obviamente, o Brasil não experimentou essas transformações culturais-religiosas vivenciadas anteriormente pelos povos europeus por razões lógicas e, portanto, já conhece a festa de São João aos moldes da influência religiosa implementada pelo catolicismo de tempos passados.

Voltando à citação anterior, constata-se o quanto ainda há de profano dentro de uma festa amplamente disseminada territorialmente, que leva o nome de um santo e que carrega mais duas outras figuras sacras em sua simbologia; apesar mesmo da profunda “insistência” por parte da Igreja em cristianizar os hábitos, costumes e celebrações. A verdade é que ela conseguiu obter êxito no que se refere a, pelo menos reduzir em algum grau, a manifestação pagã, principalmente com relação ao fato de ter incluído dois santos a mais, distribuídos ao longo do mês, porque assim, alarga-se e expande-se mais a memória da comemoração religiosa.

É interessante notar que não apenas o dia propriamente dito, dos santos, mas todo o mês é considerado como tempo consagrado a estes santos na região e, principalmente, as vésperas, que é quando se realizam os sortilégios e simpatias, a parte mágica da festa, típica do catolicismo popular. Inúmeras adivinhações a respeito dos amores e do futuro (com quem se vai casar, se se é amado ou amada, quantos filhos se vai ter, se se vai morrer jovem ou ganhar dinheiro etc..) são feitas nas vésperas do dia dos santos, em geral de madrugada (AMARAL, 1998, p. 66).

É certo que atualmente se celebram com maior fervor os dias santos e suas vésperas, mas também se permite viver a intensidade de um mês inteiro dedicado à temática junina. Ou até mais. Ao que parece, ultimamente o mês de junho não tem sido suficiente para tantos festejos e têm-se observado um movimento crescente de uso do prolongamento da festa, chegando até a ultrapassar para os meses seguintes de julho e até agosto, popularmente conhecidas no Brasil como festas

“julinas” ou “agostinas”, tal é a aceitação por esse tipo de festejo que conquistou o público e faz parte da cultura popular.

O teórico cultural Stuart Hall (2003) enxerga a cultura popular sob um certo olhar marxista, como uma arena conflitiva, mas que deve despertar profundo interesse. Vejamos:

A cultura popular é um dos locais onde a luta a favor ou contra a cultura dos poderosos é engajada; é também o prêmio a ser conquistado ou perdido nessa luta. É a arena do consentimento e da resistência. Não é a esfera onde o socialismo ou uma cultura socialista – já formada – pode simplesmente ser “expressa”. Mas é um dos locais onde o socialismo pode ser constituído. É por isso que a cultura popular importa (HALL, 2003, p.263).

O São João carrega em si um forte apelo popular e remete quase sempre a uma festividade de aspecto rural, certamente devido às suas origens e tradições arcaicas relacionadas ao mundo primitivo, do sujeito do campo, do trabalhador rural, efetivamente agrário e ligado aos fatores climáticos da natureza. Nesses locais, sobretudo em tempos tão antigos quanto aos da era pré-cristã, as populações viviam em localidades de pequeno porte, onde se revelavam simplesmente como pequenas aldeias, vilas, povoados e lugarejos longínquos e distanciados dos centros urbanos.

Logo, as pessoas que habitavam nesses locais eram geralmente gente simples, de origem humilde, com poucos recursos, muitas vezes vivendo da agricultura e possuindo poucos vizinhos; uma espécie de aldeia familiar onde praticamente todos se conheciam e predominava o modelo de vida comunitário, tranquilo, calmo e sem grandes opções de divertimento; de modo que quando chegava a época de São João sobravam motivos, para além de religiosos, para a organização de encontros e festejos coletivos, pois “as festas constituem espaço plural para a manifestação das mais distintas sociabilidades” (Barroso, 2019, p. 39), a ter lugar principalmente nas áreas públicas; como praças, igrejas e pátios dessas pequenas aldeias e/ou povoados para juntos rezar, socializar, comer, sorrir e se divertir; conforme se verifica na imagem abaixo:

Figura 4 - Festa de São João comunitária



Fonte: Labdicas³⁵

Esse certo ar de ruralidade faz parte da realidade junina tanto europeia quanto brasileira. Assim, a composição do São João assimila esse imaginário bucólico de suas origens, que pouco a pouco foi se perdendo, com o advento das indústrias, das cidades, da vida urbana, da decadência do poder eclesiástico e etc.

Inicialmente os eventos aconteciam de forma espontânea nas localidades somente entre a gente local, depois avançou e foi ganhando espaço dentro de cidades maiores, nos seus bairros, praças e atingiu até clubes fechados (ver figura 5) para festejar internamente entre quem possuía condições de acesso; característica essa que pressupõe exclusão, termo devidamente explorado e discutido por Woitowicz (2007) quando tratou especificamente sobre as condições de exclusão e resistência cultural:

O termo exclusão cultural remete não apenas às condições de acesso às informações e aos bens de consumo (materiais e simbólicos), mas também às possibilidades de produção da cultura. Assim, são justamente os grupos excluídos e marginalizados da sociedade que desenvolvem estratégias de resistência e luta em meio às tendências homogêneas e massificadoras da sociedade globalizada. (WOITOWICZ, 2007, p. 150).

³⁵ Disponível em: <https://labdicasjornalismo.com/noticia/7638/voce-sabe-como-surgiu-o-sao-joao>. Acesso em: 29 de nov. de 2021.

Figura 5 - Festa Junina no Clube Espéria, 1933, Revista Esperia/Junho de 1933



Fonte: Revista Veja SP³⁶

Atentos à abordagem minuciosa e crítica do autor Jânio Castro (2012) a respeito das festas de São João, compreendemos que, com o passar do tempo e o advento do processo de industrialização e urbanização, massas de gentes realizaram um fluxo coletivo e rumaram às capitais e/ou cidades maiores e mais desenvolvidas, ocasionando um certo inchamento populacional nos centros urbanos. “Nesse contexto, progressivamente o espaço urbano foi se tornando não só a principal arena das principais atividades econômicas tradicionais, como também espaço de deflagração de eventos culturais diversos” (Castro, 2012, p. 19).

Segundo o autor, esse movimento trata-se de um fenômeno mundial e que afetou mais tardiamente os países subdesenvolvidos como o Brasil. Essas pessoas levaram consigo seus costumes e tradições locais para as cidades de tal modo que as festas juninas sofreram processos dinâmicos de ressignificação e adaptação a novos espaços e públicos, ambos de dimensões muito maiores tal como se vê atualmente.

Já que a cidade é o produto do crescimento e não da criação instantânea, deve-se esperar que as influências que ela exerce sobre os modos de vida não sejam capazes de eliminar completamente os modos de associação

³⁶ Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/cidades/memoria-festas-juninas-antigas/>. Acesso em: 29 nov. de 2021.

humana que predominavam anteriormente. Em maior ou menor escala, portanto, a nossa vida social tem a marca de uma sociedade anterior, de *folk*, possuindo os modos característicos da fazenda, da herdade e da vila. A influência histórica é reforçada pela circunstância da população da cidade em si ser recrutada, em larga escala, do campo, onde persiste um modo de vida remanescente dessa forma anterior de existência. Conseqüentemente não devemos esperar encontrar variação abrupta e descontínua entre tipos de personalidades urbana e rural (WIRTH, 1967, p. 90).

À medida que o tempo foi passando e as pessoas foram paulatinamente deixando de ser aqueles sujeitos mais rústicos do ambiente rural e passam a habitar predominantemente o espaço urbano e a dominar os recursos tecnológicos à sua disposição, que também não param de inovar e avançar, as suas formas de manifestações festivas conseqüentemente também foram se modificando e incorporando novos formatos e modelos comemorativos.

Nota-se essa alteração em manifestações diversas, como as carnavalescas, natalícias e também as juninas, pois “com o advento crescente e cada vez mais intenso do fenômeno da globalização, é inegável que há uma tendência de também se universalizar e uniformizar as culturas, instituindo padrões de práticas e consumo” (Carvalho, 2019, p. 62).

Isso se deve certamente à própria pressão da atualidade propagada por um mundo que agora se apresenta com traços extremamente globalizado, capitalista, urbanizado, pós-moderno, midiático e tecnológico. Sentem-se os efeitos de cada um desses aspectos nos modos de festejar dos indivíduos, em um cenário que já não é mais tão rural, nem tão intimamente ligado à natureza e tampouco profundamente religioso, como fora nos tempos de outrora.

Em conformidade com o que já apresentamos exaustivamente na presente discussão, a dinamicidade dos acontecimentos humanos é o que temos como certo. Esses movimentos sinalizam que o sujeito é fruto de seu tempo e dos recursos que têm disponíveis. Por hora, na atual modernidade o que temos claro, relativamente às festas, é a existência de um corpo social misto, no sentido do que Cabeza (2000) aponta como celebrações vazias de significados e ausente de produção de sentidos, que despertem para a execução, ou pelo menos para a projeção, de uma cultura rica de manifestações artísticas advindas de modo espontâneo ou não. Por outro lado, há também o *homo festivus*, reduzido ao mais simples sujeito *festivus festivus* de Philippe Muray (2008) dentro da sua insignificância comemorativa como algo mais

mitologicamente ligado ao modelo de vida dionisíaco regado de prazeres rasos e fortuitos.

Essa crítica profunda e assustadora dos autores tem sua razão de ser quando passamos a refletir sobre a dimensão festiva espetacularizada que tomaram os mais diversos tipos de eventos na atualidade. O sujeito citadino, os meios de comunicação, a vaidade ufanista, as facilidades de deslocamento e os recursos tecnológicos trouxeram a realização de um Natal abarrotado de luzes e lâmpadas de *Led*, uma Semana Santa teatralizada e um São João superdimensionado e espetacularizado. Tudo ao nível da concorrência entre cidades. O impressionismo reina sobre os indivíduos do século XXI. As modernas redes digitais dão sinal e o comprovam.

Essa realidade presente em nosso cotidiano perpassa por uma cadeia interdependente economicamente, que contempla frentes de atuação envolvidas com a indústria cultural, a indústria criativa e os meios de comunicação.

A idéia de indústrias criativas busca descrever a convergência conceitual e prática das artes criativas (talento individual) com as indústrias culturais (escala de massa), no contexto de novas tecnologias midiáticas (TIs) e no escopo de uma nova economia do conhecimento, tendo em vista seu uso por parte de novos consumidores-cidadãos interativos (HARLEY, 2005, p. 5).

Há uma teoria de autoria do sociólogo britânico Mike Featherstone (1995) que tenta explicar como esse padrão festivo passa a se apresentar, segundo ele, de modo artificial. Nela, o autor entende as manifestações populares da cultura como “manifestação do pessimismo nostálgico”, em que se produzem grandes eventos temáticos de épocas e momentos marcantes em outros períodos históricos e que são repaginados na atualidade como forma de reviver essas décadas passadas, tanto para as gerações que as experimentaram, como para que as gerações mais recentes possam conhecer, sentir e desfrutar de experiências que não foram, de fato, por elas praticadas.

A releitura das festas a partir da prevalência do uso de músicas, decoração, hábitos, ritos, passos de danças e trajes típicos de outros tempos são características que embalam a produção simulada e superficial das festividades nostálgicas que podem cativar audiência massiva.

Da mesma forma ocorre atualmente com as manifestações populares mais tradicionais do estado brasileiro, como as festas de Carnaval e de São João, por exemplo. Geralmente esses movimentos envolvem eventos de grande porte que fazem parte do calendário fixo dos estados ou regiões, com grandes patrocinadores e são divulgados, transmitidos e espetacularizados pelos meios de comunicação midiáticos, conseguindo assim, atrair massas de foliões para consumir essa experiência festiva e vivenciar toda a sua artificialidade simulada (Featherstone, 1995).

No caso das festas juninas, como sabemos, são de origem antiga e, no Brasil, remetem ao período colonial e possuem sentido celebrativo de caráter religioso. Elas predominavam, sobretudo, na região Nordeste e eram de origem rural, ocorriam em pequenos lugarejos do interior, em pequenas aldeias, onde a vizinhança e os parentes comemoravam o dia dos três santos católicos populares (Santo Antônio, São João e São Pedro) em eventos íntimos e de forma rudimentar. Vimos, junto a Castro (2012), que com o passar dos anos esta festa atingiu as metrópoles e se espalhou por diversas regiões do país e em vários pontos das cidades.

Atualmente a configuração junina é mais aperfeiçoada. No caso de Fortaleza, montam-se palcos, estruturas e arenas racionalizadas para apresentação de *shows* com bandas e grandes atrações musicais em nível nacional, barracas de comidas típicas, apresentação de grupos de quadrilhas juninas estilizadas, o público veste roupas xadrez, com retalhos ou estampadas para obter uma ideia de como aconteciam no passado as festas originais nos ambientes rurais de pequenas cidades do interior. É uma forma de experienciar um simulacro irreal do ambiente festivo. Também existem os eventos juninos realizados em espaços fechados de acesso restrito (clubes, empresas, hotéis, escolas, etc.), onde mais uma vez acontecem as artificialidades celebrativas nostálgicas.

Esses espaços artificiais são recriados e, com a ajuda dos diversos meios de comunicação, injetam certo ar de espetacularidade sobre os eventos. Nota-se que esse fenômeno vem dominando as festividades modernas de São João, principalmente em grandes municípios, como é o caso das duas cidades de interesse da pesquisa: Fortaleza (5ª maior cidade do Brasil) e Braga (3ª maior

cidade de Portugal). Ambas se apresentam dentro do perímetro das disputas urbanas nacionais como sendo “detentoras” da maior manifestação cultural e imaterial das suas respectivas regiões e, conscientemente ou não, passam a participar da formação de um processo voltado para um “mercado mundial de cidades” (Sanchez, 2001). Tal atitude soa como uma reprodução ressignificada dos elementos autênticos de suas raízes festivas e expõe a tentativa de recriar o espaço festivo de modo superficial, tentando impor certa legitimidade ao ato de festejar.

Longe de encerrar a discussão em torno das festas juninas, mas aos limites da presente tese, trataremos de apresentar, nos capítulos posteriores, mais detalhes sobre os dois eventos que são os objetos de análise dessa pesquisa. Na sequência daremos conta da abordagem necessária aos espaços onde os referidos objetos de pesquisa acontecem, ou seja, as cidades propriamente ditas e suas complexidades.

4 AS CIDADES PARA ALÉM DO ÓBVIO

4.1 Definindo Cidade: Diálogos e abordagens possíveis

Dentro da série de discussões realizadas no capítulo anterior houve também espaço para refletir sobre a evolução, o desenvolvimento e a vida humana dentro dos meios natural, urbano e rural. Para a discussão deste novo capítulo teremos as cidades como ponto central de análise, por se tratar do ambiente onde predominantemente a vida moderna acontece e onde transcorrem os eventos juninos em Fortaleza e em Braga que importam para esta pesquisa doutoral. Porém, antes de definirmos cientificamente o conceito de cidade – se é que isso é possível – trataremos de conjecturar sobre como a cidade está representada no imaginário espontâneo do senso comum.

Se acaso alguém ousasse fazer uma breve pesquisa ou entrevista pelas ruas perguntando à população sobre o que ela entende que seria uma cidade ou quais seriam os elementos que a caracterizam, provavelmente a resposta prevalecente seria a ideia de que os elementos sempre presentes que tipificam um determinado núcleo urbano, por menor que ele seja, são: uma praça central, uma agência de banco, uma igreja principal e uma sede representativa do poder municipal, como a câmara e a prefeitura, com seus demais prédios e órgãos administrativos. Além disso, há de se considerar a existência de uma rua ou avenida principal e uma possível feira popular no centro de comércio local.

São componentes que realmente integram o cenário urbano clássico, puro e habitual; pois sabemos que nesta breve descrição está presente, de fato, a concentração dos principais poderes que classificam não só uma cidade, mas de acordo com o membro da Escola de Chicago e sociólogo alemão Louis Wirth, são eles que orientam e conduzem já há bastante tempo todo o padrão de vida humano; ou seja, basicamente: a Igreja, a Economia e o Estado.

As influências que as cidades exercem sobre a vida social do homem são maiores do que poderia indicar a proporção da população urbana, pois a cidade não somente é, em graus sempre crescentes, a moradia e o local de trabalho do homem moderno, como é o centro iniciador e controlador da vida econômica, política e cultural que atraiu as localidades mais remotas do mundo para dentro de sua órbita e interligou as diversas áreas, os diversos povos e as diversas atividades num universo (WIRTH, 1967, p. 89).

Pensando já nos dias atuais, entendemos que para além das modernas tecnologias que demonstram cada vez mais o seu poderio e eficácia de conseguir conectar pessoas mesmo em largas distâncias – fato que o recente período pandêmico³⁷ provocado pela crise de saúde mundial ocasionado pelo surto do novo coronavírus evidenciou fortemente - temos claro que para um encontro acontecer de modo presencial, há de haver obviamente um espaço, um local situado, fixo, de preferência coletivo e de acesso a todos.

Esses locais podem ser públicos ou privados. Porém, o palco por excelência para encontros, reuniões e coletividades está nos espaços públicos. Esses espaços podem ser ruas, praças, jardins, avenidas, logradouros e demais ambientes abertos, que se encontram majoritariamente nos espaços urbanos das metrópoles e/ou demais cidades mundiais.

La ciudad aporta la condición previa para el ejercicio de la cultura: la posibilidad de interrelación, del cara a cara, del encuentro ciudadano en los espacios y equipamientos de uso común. La ciudad se resume en la plaza, el ágora, lugar parcialmente sustituido o completado hoy en día por los equipamientos socioculturales (AGUILETA, 2000, p. 57).³⁸

Ao escrever sobre o conceito e categorias da cidade, o clássico sociólogo Max Weber (1967) decidiu enxergar a cidade sob a perspectiva de um estabelecimento de mercado. Isso porque, segundo ele, a cidade funciona como um centro permanente econômico da produção artesanal, comercial e industrial; sendo, portanto, um verdadeiro “local de mercado” (Weber, 1967, p. 68). Esse recorte realizado por Weber está de acordo com o que aponta o dicionário³⁹ relativamente ao significado da palavra *urbe*, advinda do latim, que origina o termo urbano. Diz ele que se trata de um substantivo feminino, podendo ser um centro urbano ou cidade; com designação atribuída ao conjunto de pessoas que habitam uma área delimitada, com casas e atividades financeiras, comerciais, culturais, administrativas, entre

³⁷ Pandemia mundial ocasionada por uma variação viral de grande transmissibilidade que, a partir do final do ano de 2019, passou a tomar dimensão global. Sobre: <<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/02/27/qual-e-a-origem-do-novo-coronavirus.ghtml>>. Acesso em: 09 de dez. de 2021.

³⁸ Tradução nossa: A cidade oferece o pré-requisito para o exercício da cultura: a possibilidade de inter-relação, face a face, o encontro do cidadão nos espaços e equipamentos de uso comum. A cidade se resume na praça, a ágora, lugar parcialmente substituído ou complementado hoje em dia por equipamentos socioculturais.

³⁹ Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/urbe/>>. Acesso em: 10 de dez. de 2021.

outras.

Mas é certo que cidade não se limita somente a isso, pois inúmeras outras atividades se desenrolam dentro de um núcleo urbano – e ao seu redor, sendo que elas podem ser de teor religioso, familiar, para subsistência e estabelecimento de relações das mais diversas naturezas. Por isso, também para Weber é tão natural que a estrutura da cidade seja bem diferente da que ocorre no campo; enquanto que Wirth elenca os principais aspectos citadinos:

Para finalidades sociológicas, uma cidade é uma fixação relativamente grande, densa e permanente de indivíduos heterogêneos. Os grandes números são responsáveis pela variabilidade individual, pela relativa ausência de conhecimento pessoal íntimo, pela segmentação de relações humanas as quais são em grande parte anônimas, superficiais e transitórias e por características correlatas. A densidade envolve diversificação e especialização, a coincidência de contato físico estreito e relações sociais distantes, contrastes berrantes, um padrão complexo de segregação, a predominância do controle social formal, e atrito acentuado, entre outros fenômenos. A heterogeneidade tende a quebrar estruturas sociais rígidas e a produzir maior mobilidade, instabilidade e insegurança, e a filiação de indivíduos a uma variedade de grupos sociais opostos e tangenciais com um alto grau de renovação dos seus componentes. O nexos pecuniário tende a deslocar as relações pessoais, e as instituições tendem a atender às necessidades das massas em vez do indivíduo (WIRTH, 1967, p. 112).

Derivado do latim *civitas* (cidade) e pensado para ser esse espaço comum de aglomeração de pessoas em profunda convivência e criando laços de relacionamentos diversos, um outro grande representante no que tange aos estudos culturais da Escola de Chicago, Robert E. Park (1967) destacou:

Em suma, a cidade mostra em excesso o bem e o mal da natureza humana. Talvez seja este fato, mais do que qualquer outro, que justifica a perspectiva que faz da cidade um laboratório ou clínica onde a natureza humana e os processos sociais podem ser estudados conveniente e proveitosamente (PARK, 1967, p. 66).

Essa categorização de colocar a cidade como destaque no sentido de ser um laboratório das relações humanas e sociais faz parte de praticamente um consenso entre estudiosos da vida social em suas mais variadas perspectivas de análise; seja na História, na Antropologia, na Psicologia ou na Sociologia Urbana.

Até mesmo dentro da perspectiva dos estudos brasileiros da ciência da Comunicação sob o viés popular, a grande referência da Folkcomunicação no Brasil, Luiz Beltrão (2004), também dá abertura a essa discussão sobre territorialidades;

considerando ele, as regiões como sendo esse palco principal e verdadeiro laboratório humano, no sentido de que há uma concentração populacional, e ele afirma então que “conhecer uma região é pré-requisito ao diálogo que se deseja manter com os seus habitantes” (Beltrão, 2004, p. 57).

A pesquisadora Cristina Schmidt (2013) considera a territorialidade contemporânea como interativa, diversa e globalizada, pois “demarca a universalização de algumas características sociais e a substituição de outras; todo o arcabouço de conhecimento, saberes atuais e tradicionais apresentam expressões, mídias, mediadores que atuam nessa dinâmica geografia cultural” (Schmidt, 2013, p. 805). Para os autores da Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), “en una fase de globalización, la región cada día se consolida como um interlocutor insustituible en la conformación del destino cultural y social de sus habitantes” (Samper, Trujillo, Tabares, 2001, p. 20)⁴⁰.

Mantendo, então, a discussão sobre territorialidades:

Beltrão alerta ainda para as diferentes variantes que se apresentam neste grande “laboratório” das ocorrências comunicativas que é a região. A dinâmica da sociedade promove as suas próprias subdivisões internas e marginalizam setores por aspectos econômicos, comportamentais, políticos, ideológicos, étnicos, intelectuais. Em se tratando de uma sociedade cheia de diversidades e contrastes, tais características tendem a aparecer em alguns momentos, senão em vários. Os diversos grupos sociais e suas ramificações tendem a se organizar em coletividade para participar da vida social com os recursos que têm a disposição (CARVALHO, 2019, p. 60).

As territorialidades podem ser de aspectos diversos e possuir variáveis que determinam a condição e dimensões de integração espacial dentro de uma área geográfica determinada. Esses espaços físicos são continuamente modificados pela intervenção humana à medida que os indivíduos em todas as suas alteridades, buscam fixar-se em novos ambientes e os transformam para atender às suas condições e padrões de vida, que são cada vez mais citadinos.

Wirth (1967) arriscou-se a definir a cidade de forma tímida: “uma cidade pode ser definida como um núcleo relativamente grande, denso e permanente, de indivíduos socialmente heterogêneos” (Wirth, 1967, p. 95). Já Robert Park, por sua

⁴⁰ Tradução nossa: Em uma fase de globalização, a região se consolida a cada dia como um interlocutor insubstituível na formação do destino cultural e social de seus habitantes.

vez, mostrou-se mais ousado ao apresentar a cidade a partir da célebre citação abaixo:

A tentativa mais bem-sucedida do homem de reconstruir o mundo em que vive o mais próximo do seu desejo. Mas, se a cidade é o mundo que o homem criou, doravante ela é o mundo onde ele está condenado a viver. Assim, indiretamente, e sem qualquer percepção clara da natureza da sua tarefa, ao construir a cidade o homem reconstruiu a si mesmo (PARK, 1967, p. 3).

Ou seja, ao modificar o seu ambiente, o indivíduo modificou a si mesmo em suas estruturas, funções, culturas e modelos de vida. O sujeito urbano, em sua noção universal, assume novos papéis dentro da cena cotidiana. Ele toma a cidade para si e adapta-se ao modo de vida urbano. Tornam-se sujeitos altamente racionais, calculistas, burocráticos, controladores do tempo, da paisagem, das convenções sociais, detentores da atitude *blasé*⁴¹ (Simmel; 1987) que aos poucos o distancia de sua sensibilidade humana; atendendo ao contexto das modernas “modalidades do habitar e modulações do cotidiano no urbano” (Lefèbvre, 2001, p. 81). São circunstâncias que se podem observar não somente em Braga ou em Fortaleza, por exemplo, mas em quaisquer núcleos de grande densidade populacional e que possuem traços de urbanidade.

Ao refletir sobre “o direito à cidade”, o francês Henri Lefèbvre assume uma postura minuciosamente questionadora e analítica sobre a miséria do padrão de vida que o indivíduo adquiriu no ambiente da cidade.

Do lado da habitação, a decupagem e a disposição da vida cotidiana, o uso maciço do automóvel (meio de transporte “privado”), a mobilidade (aliás, freada e insuficiente), a influência dos *mass media* separaram do lugar e do território os indivíduos e os grupos (famílias, corpos organizados). A vizinhança se esfuma, o bairro se esboroa; as pessoas (os “habitantes”) se deslocam num espaço que tende para a isotopia geométrica, cheias de ordens e de signos, e onde as diferenças qualitativas dos lugares e instantes não têm mais importância. Processo inevitável de dissolução das antigas formas, sem dúvida, mas que produz o sarcasmo, a miséria mental e social, a pobreza da vida cotidiana a partir do momento em que nada tomou o lugar dos símbolos, das apropriações, dos estilos, dos monumentos, dos tempos e ritmos, dos espaços qualificados e diferentes da cidade tradicional (LEFÈVBRE, 2001, p. 83).

Em trabalho inusitadamente homônimo ao de Lefèbvre, o geógrafo David Harvey enxerga, desde uma visão marxista, o processo de urbanização como

⁴¹ Tendência do indivíduo urbano a manter uma postura de indiferença perante as ocorrências que passam diante de si no ambiente urbano.

efetivamente um fenômeno de classes e entende que a urbanização caminha lado a lado com o capitalismo. Harvey considera o direito à cidade como um direito humano e por isso, comum a todos.

A questão de que tipo de cidade queremos não pode ser divorciada do tipo de laços sociais, relação com a natureza, estilos de vida, tecnologias e valores estéticos desejamos. O direito à cidade está muito longe da liberdade individual de acesso a recursos urbanos: é o direito de mudar a nós mesmos pela mudança da cidade. Além disso, é um direito comum antes de individual já que esta transformação depende inevitavelmente do exercício de um poder coletivo de moldar o processo de urbanização (HARVEY, 2012, p. 74).

Em certo momento da discussão em torno do direito à cidade a partir das lutas sociais, os dois dialogam que esta há de ser uma luta global, pois entendem que o direito à cidade não pode ser direcionado a um grupo de felizardos, mas deve ser democratizado para que não mais ocorra o fato de que “a extensão da cidade produz o subúrbio, e depois o subúrbio engole o núcleo urbano” (Lefèbvre, 2001, p. 83) na medida em que “a gestão centralizada das ‘coisas’ e da ‘cultura’ procura se libertar desse degrau imaginário que é a cidade” (Lefèbvre, 2001, p. 83). Ambos os autores concordam a tal ponto que Harvey chega a reconhecer que “Lefèbvre estava certo ao insistir que a revolução tem de ser urbana, no sentido mais amplo deste termo, ou nada mais” (Harvey, 2012, p. 88).

Toda essa discussão nos motiva a pensar sobre a posição do sujeito urbano como cidadão e qual o seu papel dentro desse espaço tão heterogêneo. Cidadania é um conceito tão antigo quanto complexo, cuja origem remonta a Aristóteles nos tempos das pólis da Grécia Antiga, e possui ligação com a vida em sociedade e profunda relação com o indivíduo e o exercício de seus direitos e deveres políticos. O grande pensador e filósofo explica que:

[...] podemos comparar os cidadãos aos marinheiros: ambos são membros de uma comunidade. Ora, embora os marinheiros tenham funções muito diferentes, um empurrando o remo, outro segurando o leme, um terceiro vigiando a proa ou desempenhando alguma outra função que também tem seu nome, é claro que as tarefas de cada um têm sua virtude própria, mas sempre há uma que é comum a todos, dado que todos têm por objetivo a segurança da navegação, à qual aspiram e concorrem, cada um à sua maneira. De igual modo, embora as funções dos cidadãos sejam dessemelhantes, todos trabalham para a conservação de sua comunidade, ou seja, para a salvação do Estado. Por conseguinte, é a este interesse comum que deve relacionar-se a virtude do cidadão (ARISTÓTELES, 2006, p. 32).

Daí que atualizando o conceito, consultamos José Murilo de Carvalho, que, em “Cidadania no Brasil”, desdobrou a cidadania no usufruto e utilização de três direitos básicos e individuais para a constituição e reconhecimento do indivíduo como cidadão: direitos civis, políticos e sociais. Cada um deles deve ser acessível aos sujeitos sociais para que convencionalmente exerçam, em comunidade, sua cidadania plena.

O cidadão pleno seria aquele que fosse titular dos três direitos. Cidadãos incompletos seriam os que possuísem apenas alguns dos direitos. Os que não se beneficiassem de nenhum dos direitos seriam não-cidadãos (CARVALHO, 2002, p. 9).

Essa cidadania plena, segundo o autor, é algo bastante difícil de ser atingido em razão de que há um complexo jogo de interesses atuante na esfera social e na elaboração das políticas públicas. O fato é que o termo cidadania, também por estar associado ao latim *civitas* (cidade), está envolto por uma complexidade tamanha a tal ponto que:

A evolução de seu conceito e conteúdo acompanhou as mudanças de nossa sociedade, atingindo, hoje, uma concepção bem mais abrangente e complexa do que a concebida em outras épocas. Por outro lado, alargou-se a sua aplicação para outros segmentos da comunidade que, muitas vezes, eram esquecidos ou ignorados em seus direitos fundamentais, como mulheres, negros e pobres, que passaram a ter direitos civis e políticos reconhecidos, ou mesmo o direito de qualquer pessoa ser considerado cidadão pelo simples fato de ter nascido em determinado Estado (BRZEZINSKI, MENEZES JÚNIOR, LIMA; 2019, p. 2492).

Portanto, de acordo com Wirth (1967), esse universo das cidades envolve fatores que desembocam numa miscelânea de gentes pelo motivo da necessidade de se estabelecer uma grande coletividade com variação de utilidades e com capacidades distintas e heterogêneas dentro da configuração socioespacial do contexto contemporâneo.

A cidade tem sido, dessa forma, o cadinho das raças, dos povos e das culturas e o mais favorável campo de criação de novos híbridos biológicos e culturais. Ela não só tolerou como recompensou diferenças individuais. Reuniu povos dos confins da terra porque eles são diferentes e, por isso, úteis uns aos outros e não porque sejam homogêneos e de mesma mentalidade (WIRTH, 1967, p. 97).

Ocorre que a necessidade de toda essa coletividade e dessa massa completamente difusa e abundante pode acarretar problemas sérios no que se refere, por exemplo, ao bem-estar e à qualidade de vida desses indivíduos urbanos,

pois estes elementos passam a ser considerados como um bem, que nem sempre está assegurado, mas que está sempre em negociação no jogo político, conforme explica Iglesias (2010):

Durante las dos últimas décadas la importancia otorgada a la búsqueda de la calidad de vida a escala local y urbana es cada vez mayor, a menudo se ofrece como un bien que los políticos prometen a los ciudadanos y que, por tanto, es determinante en la toma de sus decisiones y en el desarrollo de sus proyectos; pero también ha alcanzado una dimensión geográfica al convertirse a menudo en la base del desarrollo local y del desarrollo urbano em particular (IGLESIAS, 2010, p. 13)⁴².

Nota-se neste trecho a relevância desses componentes no momento em que o autor cita a palavra desenvolvimento; observando, sobretudo, o desenvolvimento urbano e local como base central. Iglesias (2010) recorre também ao pensador grego Aristóteles ao relatar a importância fundamental que se deve enxergar com relação à qualidade de vida nas cidades, e o referido filósofo considera que a existência dessa tão almejada qualidade de vida torna-se inversamente proporcional ao tamanho da cidade e ao número de habitantes que ela possui, estatisticamente falando; o que compromete em muito a rotina habitual decorrente tanto em Braga, como em Fortaleza, ainda que ambas possuam suas características próprias, as quais deverão ser discriminadas em sessões posteriores deste trabalho.

La relación entre la calidad de vida existente en una ciudad y la dimensión de esta fue puesta de manifiesto ya en tiempos de la antigua Grecia. El mismo Aristóteles observó, en su *Política*, que el número de habitantes de las ciudades incidía sobre la calidad de vida que estas podían proporcionar, pues según su pensamiento la democracia era el elemento fundamental de esa calidad de vida, y esa forma política era difícilmente sostenible en ciudades cuyo número de habitantes no fuese un número factorial (IGLESIAS, 2010, p. 13 – 14).⁴³

Isso justifica, por exemplo, a ocorrência e o interesse por diversos novos estudos relacionados ao binômio: Dimensão da cidade X Qualidade de vida; o qual

⁴² Tradução nossa: Nas últimas duas décadas tem vindo a aumentar a importância atribuída à procura da qualidade de vida à escala local e urbana, muitas vezes oferecida como um bem que os políticos prometem aos cidadãos e que, portanto, é decisivo na tomada de decisões e nas o desenvolvimento de seus projetos; mas também atingiu uma dimensão geográfica, tornando-se frequentemente a base para o desenvolvimento local e, em particular, o desenvolvimento urbano.

⁴³ Tradução nossa: A relação entre a qualidade de vida que existe em uma cidade e seu tamanho já era destacada nos tempos da Grécia Antiga. O próprio Aristóteles observou, em sua *Política*, que o número de cidadãos afetava a qualidade de vida que eles podiam proporcionar, pois, segundo ele, a democracia era o elemento fundamental dessa qualidade de vida, e essa forma política difícilmente se sustentava nas cidades. cujo número de habitantes não é um número fatorial.

podemos destacar a discussão de Gomes (2011). O ideal para conseguir alcançar objetivos relacionados ao bem-estar, de acordo com Castells e Borja (1996), seja talvez a realização anterior de um Projeto de cidade, coisa que quase nunca acontece efetivamente dentro da esfera ordinária e cotidiana das agendas políticas administrativas.

Em estudo conjunto, os respectivos autores assumem a difícil missão de vislumbrar as cidades (europeias e latino-americanas) como atores políticos, ou seja, as individualizam e as personificam como sujeitos de múltiplas dimensões dentro do cenário global, tendo em vista que “as cidades adquirem, cada dia mais, um forte protagonismo tanto na vida política como na vida econômica, social, cultural e nos meios de comunicação” (Castells, Borja; 1996, p. 152). Para eles, esse grande núcleo urbano se comporta como um ator social quando naturalmente carrega a função de dialogar e, sobretudo, articular diversas administrações públicas entre instituições políticas e sociedade civil.

Para eles, é essencial a feitura antecipada e racionalizada de um projeto-cidade, que atenda a cinco fatores, porque “as grandes cidades devem responder a cinco tipos de objetivos: nova base econômica, infra-estrutura urbana, qualidade de vida, integração social e governabilidade” (Castells, Borja; 1996, p. 155). Observemos que, mais uma vez, está elencada a qualidade de vida como um dos componentes em jogo que deve ser atendido. Eles enfatizam três fatores principais que devem ser efetivamente considerados para a realização do projeto-cidade, que funciona também como ferramenta de comunicação proposto por eles. Vejamos as suas categorizações de análise:

Em primeiro lugar, a definição de um Projeto de Futuro só será eficaz se mobilizar, desde o seu momento inicial, os atores urbanos públicos e privados e concretizar-se em ações e medidas que possam começar a implementar-se de imediato. Somente assim, verificar-se-á a viabilidade do plano, gerar-se-á confiança entre os agentes que o promovem e poder-se-á construir um consenso público que derive numa cultura cívica e num patriotismo de cidade. Esta será a principal força de um plano estratégico (CASTELLS, BORJA; 1996, p. 158).

Um segundo eixo do projeto-cidade seria a visão externa da cidade.

Em segundo lugar, um plano estratégico deve construir e/ou modificar a imagem que a cidade tem de si mesma e projeta no exterior. Na medida em que se trata de uma resposta a uma sensação de crise, resultado da vontade de inserção em novos espaços econômicos e culturais globais, e

que pretende integrar uma população que muitas vezes se sente excluída ou pouco levada em conta, o Projeto-Cidade é um empreendimento de comunicação e de mobilização dos cidadãos e de uma promoção externa e interna da urbe (CASTELLS, BORJA; 1996, p. 158).

E por último, a importância da realização de uma certa autoanálise gerencial.

Finalmente, o plano estratégico questiona o governo local, suas competências e sua organização, seus mecanismos de relacionamento com outras administrações e com os cidadãos, sua imagem e sua presença internacionais. Por conseguinte, sem uma reforma política radical — tão ou mais radical na forma de agir do que na base legal — dificilmente alcançar-se-ão os objetivos de resposta aos propósitos atuais anteriormente expostos (CASTELLS, BORJA; 1996, p. 158).

Para concluir, os estudiosos ressaltam a importância da realização desse planejamento por eles orientado, porque “um Plano Estratégico é a definição de um Projeto de Cidade que unifica diagnósticos, concretiza atuações públicas e privadas e estabelece um marco coerente de mobilização e de cooperação dos atores sociais urbanos” (Castells, Borja; 1996, p. 166). Antes de finalizar, os dois são enfáticos ao valorizarem e defenderem a concretização de suas propostas.

Num momento histórico caracterizado pela globalização da economia e pelas políticas de abertura dos mercados, pela descentralização política, revalorização dos âmbitos e identidades locais ou regionais e pela multiplicação de demandas sociais heterogêneas que não se sentem satisfeitas pelas respostas estatais, o Projeto de Cidade (ou de região), baseado num Plano Estratégico de amplo consenso social, representa uma grande oportunidade democrática. Por um lado, oferece uma resposta integrada do lugar onde os problemas da sociedade são delineados e de onde os agentes públicos e privados podem atuar conjuntamente. Por outro, podem permitir-nos reconstruir o sentido da cidade, do território, numa época em que a perda de consciência dos limites e a dissolução das ideologias que dão suporte aos projetos coletivos nos desafiam a refazer nossos sistemas de convivência (CASTELLS, BORJA; 1996, p. 166).

É uma solução que parece coerente sob a perspectiva de representar uma grande oportunidade democrática; porém, sendo realistas, temos consciência de que na vida prática um projeto de grande dimensão como este demanda tempo, estudo, profissionais, acordos e articulações, que dificilmente sairão do papel e permitirão a sua realização de fato; talvez no máximo um projeto-piloto, como muito. É o que pondera Sanchez (2001):

A participação dos cidadãos, o sentido de pertencimento à cidade, a adesão aos novos projetos ou serviços oferecidos, o elevado grau de aceitação e aprovação pública dos “projetos de cidade” e, principalmente, a aparente unanimidade que alguns projetos têm alcançado são elementos reiteradamente apresentados pelos governos municipais (...). Entretanto,

torna-se necessário deter-se na natureza dessa participação: trata-se de uma participação efetiva ou representada, passiva ou ativa, legitimadora ou transformadora dos projetos oficiais? Essas perguntas parecem centrais para aqueles que reivindicam a necessidade de decodificar os projetos de renovação urbana. Torna-se necessário deter-se na relação entre projeto político de cidade e criação de patriotismo urbano (SANCHEZ, 2001, p. 41).

Além do mais, tal plano estratégico também pode ser passível de falhas porque humano, e a própria obscura convivência coletiva certamente não permitirá a concretização desta certa “cidade idealizada” indicada pelos autores, ainda que demasiadamente estruturados e planejados.

Atualmente existem diversas propostas e modelos de cidades (cidades universitárias, cidades dormitórios, cidades satélites, etc.) e também existem até algumas propostas de cidades mais responsáveis e conscientes, que se utilizam de alguns conceitos, como Ecocidades⁴⁴ ou cidades-verde; também há a *Smart City*⁴⁵ ou cidade inteligente, que tentam promover uma certa relação mais harmoniosa entre o padrão de vida urbano e os usos da natureza e da tecnologia. Os efeitos dessas tentativas recentes deverão ser sentidos – ou não - num futuro mais distante; de tal modo que para o presente momento não podemos esquecer que a cidade, assim como inúmeros outros fenômenos das ciências humanas, não é um conceito fechado, mas Santos (2014) dá a ideia de que:

As cidades se constituem como realização humana e vão se estabelecendo ao longo de um processo histórico que resultam em assentamentos humanos com variadas características, formas e funções. O fenômeno urbano que tem sua gênese ainda no paleolítico com as primeiras manifestações da fixação do homem, que desenvolveu-se junto à evolução das técnicas, sendo possível o estabelecimento das primeiras cidades (SANTOS, 2014, p. 1).

Ou ainda, outra visão:

As cidades seriam, neste contexto, mais que um meio físico, aglomerações nodais especializadas, socialmente criadas, parte de um sistema multiestratificado de pontos nodais e de uma configuração raras vezes hierárquica de locais diferenciados, cujas formas e funções variam tanto no tempo quanto nos lugares (LIMONADE, 1999, p.89).

Então, que não nos esqueçamos o que é a cidade, porquê ela é, e acima de

⁴⁴ Conceito relacionado à ideia de cidade sustentável, formado por sujeitos mais conscientes na intenção de minimizar os impactos urbanos nocivos sobre o meio-ambiente.

⁴⁵ *Smart City* é o termo em inglês para designar cidade inteligente, que utiliza os diversos recursos tecnológicos disponíveis visando o desenvolvimento em geral e uma melhor qualidade de vida para todos.

tudo, para quem ela é; porque num futuro breve certamente “reconheceremos de imediato que, ao longo das próximas décadas, se torna absolutamente inevitável construir não apenas *mais* cidade, mas também *melhor* cidade” (Fortuna, 2002, p. 123) para quem vive ali e habita nesse grande laboratório das experiências humanas e sociais. Essa última categoria de “para quem” é a cidade, principalmente, deverá ser levantada no tópico seguinte de análise.

4.2 Os Megaeventos nas cidades folkmediatizadas

Para começar a falar sobre os grandes eventos festivos que temos conhecimento na atualidade, devemos inicialmente ter em mente a profunda relação de proximidade que há entre a elaboração desses eventos com a cultura local da população que a experimenta, mesmo porque “la cultura es la fuente de la identidad individual y colectiva” (Aguileta, 2000, p. 22)⁴⁶.

Alguns autores consideram a cultura como o verdadeiro motor das cidades; que as impulsionam, levantam visibilidades e aperfeiçoam esses ambientes sob diversas categorias de desenvolvimento; devido mesmo ao caráter criativo da cultura que promove os mais variados tipos de produções, atividades e produtos artísticos e/ou culturais.

Son diferentes las tipologías y las dimensiones que un evento puede tomar, siendo los culturales la forma más comúnmente asumida por los eventos realizados a nivel regional o nacional, y es importante entender de qué forma afectan a las comunidades, a los negocios y al ambiente general de la región o comunidad (FERREIRA, GARCÍA, RAMA; 2015, p. 690)⁴⁷.

Essa rica especificidade criativa do setor cultural atravessa questões humanas que a põem em certa posição de centralidade como sendo uma espécie de fonte geradora que demarca as raízes e as identidades coletivas ou individuais; porém já estamos falando na atualidade de identidades que se entrecruzam porque sofreram alguns processos de mudanças, considerando que “la identidad cultural ha salido modificada de la experiencia de la globalización, hoy tiende a ser identidad

⁴⁶ Tradução nossa: A cultura é a fonte da identidade individual e coletiva.

⁴⁷ Tradução nossa: Os tipos e dimensões que um evento pode assumir são diferentes, sendo o cultural o mais comumente assumido por eventos realizados a nível regional ou nacional, e é importante compreender como afetam as comunidades, os negócios e o ambiente geral da região ou comunidade.

sociocomunicacional más que territorial” (Samper, Trujillo, Tabares, 2001, p. 18)⁴⁸.

Isto significa que, em termos identitários, o fato de o sujeito nascer, viver, crescer ou conhecer a cultura de determinado ambiente geolocalizado já não o define por completo, na medida em que também as suas experiências externas sociocomunicativas tampouco são capazes de demarcar o semblante cultural individual de cada sujeito; observando, de acordo com Sanchez (2001) que “é necessário, portanto, questionar a ideia da ‘identidade do lugar’ como se fosse única” (Sanchez, 2001, p. 38). Essa discussão se faz necessária porque não se podem dissociar os aspectos culturais dos eventos urbanos, tal qual acontecem em Fortaleza e Braga, sabendo que:

As cidades vêm ganhando, nas últimas décadas, um protagonismo inegável tanto no que se refere à vida cotidiana dos cidadãos — na recuperação do patrimônio, na promoção de grandes transformações urbanísticas, criação de empregos, serviços básicos etc. — quanto no que diz respeito às relações internacionais — atraindo investimentos, promovendo o turismo e grandes eventos, participando ativamente de fóruns mundiais etc. A cidade assume definitivamente centralidade na criação e dinamização de bens simbólicos e no bem-estar de sua população (CASTELLS, BORJA; 1996, p. 152).

A dinamicidade setorial que envolve a decisão e formação de um evento contemporâneo urbano de grande porte é cada vez maior; pois a globalização favorece a realização de outros fenômenos mundiais, como é o caso da mídiatização, que coloca as novas tecnologias do século XXI como elemento centralizador do modelo de vida moderno em escala global. “A principal característica do processo de mídiatização (...) é, antes, uma expansão das oportunidades para a interação em espaços virtuais e uma diferenciação do que as pessoas percebem como sendo real” (Hjarvard, 2012. p. 62). O autor Stig Hjarvard (2012) desenvolve:

A mídiatização é utilizada como um conceito central em uma teoria sobre a importância intensificada e mutante da mídia na cultura e na sociedade. Por mídiatização da sociedade, entendemos o processo pelo qual a sociedade, em um grau cada vez maior, está submetida ou torna dependente da mídia e sua lógica. É a dualidade em que os meios de comunicação passaram a estar integrados às operações de outras instituições sociais (HJARVARD, 2012, p. 65).

⁴⁸ Tradução nossa: A identidade cultural foi modificada a partir da experiência da globalização, hoje tende a ser uma identidade sócio-comunicacional ao invés de territorial.

Compreendendo que “en un sentido amplio, la cultura es comunicación” (Aguileta, 2000, p. 22)⁴⁹; o processo de midiaticização estabeleceu um novo padrão cultural denominado “tecnocultura”, ou seja, um novo estilo humano que altera os valores e as relações dos indivíduos com as novas tecnologias. Diante disso, os eventos modernos já não são fabricados única e exclusivamente por agentes locais e nem para agentes locais; assim, a exigência festiva se transforma consideravelmente de um cariz espontaneamente singelo, amador, modesto e improvisado das antigas festividades não-urbanas – tal qual o São João em sua origem - e recai agora sobre a imposição de se apresentarem com um elevado grau de sofisticação, impressionismo e profissionalismo.

Sempre presentes na história da humanidade, no entanto, os eventos somente têm sua estrutura e, principalmente, intensidade modificada, tal como apresentado no formato “mega”, no contexto da cultura de massas e à estética por esta imposta, característica do século XX, que altera não somente as relações espaço-temporais e as estruturas de vivência do homem, que migra do rural para o urbano, mas, principalmente, sua percepção do mundo (CONTRERA, MORO; 2008, p. 2).

Ocorre que dentro desse novo espaço reconfigurado no coração das cidades, as multidões se entrecruzam num movimento de grandes dimensões e de euforia coletiva com vistas a desfrutar do tempo livre com atividades lúdicas de ócio desde uma perspectiva de compreender a cultura como direito de todos. Diante de todo esse cenário, nos deparamos, mais uma vez, com um conceito de dentro do universo das humanidades que não existe consenso acadêmico formado, tendo em vista as diversas realidades espaço-temporais existentes no mapa mundial das festividades.

O conceito de megaeventos desperta uma série de olhares que podem variar desde a quantidade de participantes, à dimensão dos festejos, à ação civil e pública envolvida e etc. Portanto, cada autor prefere utilizá-lo da maneira que mais lhe parece justificável; assim que, para Freitas, Lins, Santos (2014), a “principal característica dos megaeventos contemporâneos é o impacto massivo na mídia” (Freitas, Lins, Santos; 2014, p. 2). Enquanto que há quem considere que:

Los Megaeventos son vistos como una estrategia deliberada de crecimiento económico y social. Son muchos los que consideran que los megaeventos con gran visibilidad contribuyen a la promoción de la ciudad como destino

⁴⁹ Tradução nossa: Em um sentido amplo, a cultura é comunicação.

turístico y proporcionan mejoras en los resultados turísticos (FERREIRA, GARCÍA, RAMA; 2015, p. 689)⁵⁰.

Já outras autoras preferem enxergar o fenômeno como “o espetáculo de massa, tem como cenário a cidade moderna e, principalmente, como berço de nascimento a metrópole e, posteriormente, a megalópole. O megaevento vem compor o espetáculo urbano” (Contrera, Moro; 2008, p.3). Para elas, “essa denominação ‘mega’ é utilizada como um recurso até mesmo publicitário de sedução do público para esse contexto (tornado contemporaneamente atraente) de concentração massiva de pessoas em um mesmo espaço” (Contrera, Moro; 2008, p. 2). Na visão das autoras, a cidade está como que destinada a abrigar o megaevento, e vice-versa, como uma convenção estabelecida natural e espontaneamente.

O professor brasileiro e estudioso da temática em questão, Ricardo Freitas, considera que a boa qualidade de infraestrutura de determinada cidade é diretamente proporcional à sua possibilidade de receber eventos de grande porte, pois citando o pensamento de Matias (2008), os autores abaixo esclarecem que:

Antes de que la ciudad sea escogida como sede de un megaevento se inicia un proceso de coordinación entre los diferentes sectores de la sociedad, comienzan a planificarse las necesidades, y la demanda de espacios capaces de albergar la nueva infraestructura urbana para apoyar el megaevento (FERREIRA, GARCÍA, RAMA apud MATIAS, 2015, p. 690).⁵¹

Em trabalho em conjunto com outros autores, Freitas aponta a visão de Philippe Bovy com relação à realização dos megaeventos. Vejamos:

Já Philippe Bovy não se restringe ao número de participantes nem ao seu impacto na mídia, mas destaca o aparato que requerem. Para ele, os megaeventos são eventos temporários, com duração de dois dias a seis meses, que pressionam a logística da cidade (“como transporte, aeroportos, energia, acomodações, segurança, hospitalidade global, imagem da Cidade”) e exigem que todas as estruturas efêmeras sejam entregues a tempo, sem possibilidade de adiamento. Além disso, estão sujeitos a uma grande cobertura midiática em nível mundial, convertendo as sedes em cidades mundiais (FREITAS, LINS, SANTOS; 2014, p. 3).

Freitas (2011) assinala que os mais diversos segmentos profissionais

⁵⁰ Tradução nossa: Os megaeventos são vistos como uma estratégia deliberada de crescimento econômico e social. Muitos consideram que os megaeventos com grande visibilidade contribuem para a promoção da cidade como destino turístico e proporcionam melhorias nos resultados turísticos.

⁵¹ Tradução nossa: Antes de a cidade ser escolhida para sediar um megaevento, começa um processo de articulação entre os diferentes setores da sociedade, as necessidades e demandas por espaços capazes de abrigar a nova infraestrutura urbana de apoio ao megaevento começam a ser planejadas.

enxergam na participação nestes super eventos de qualquer natureza (cultural, acadêmica, empresarial, esportiva, executiva), uma ótima oportunidade de dar visibilidade ao trabalho que executam e observam neles uma potencialidade pontual para projetá-los profissionalmente em diversos níveis de alcance, fato esse que também sinaliza para o êxito desses movimentos. Isoladamente, Freitas revela o seu olhar e considera-os como:

Fenômeno de comunicação, os megaeventos habitam o imaginário urbano, marcam a memória do lugar, redesenham a cidade e se inscrevem na vida cotidiana, criando e alimentando uma importante rede de comunicação urbana. A cidade, a população, o trânsito, a arquitetura, a saúde, a segurança pública – todos os aspectos da vida urbana podem se movimentar em função da sua realização. O turismo é oxigenado e novas oportunidades de empregos efetivos e temporários são oferecidas. Nos âmbitos corporativo e acadêmico, congressos, seminários e feiras propõem novos produtos e novas discussões que podem modificar um panorama, tornando-se determinante para a área de conhecimento envolvida (FREITAS, 2011, p. 2 – 3).

A realidade é que, para além do cumprimento de agendas anuais e do lazer por si só, por trás de cada evento de grande porte há uma infinidade de interesses e ambições envolvidas passíveis de serem visualizadas tanto em níveis micro como em macro.

Observemos um exemplo de quando o interesse está pautado ao nível midiático: no caso brasileiro, passa-se a ser cada vez mais recorrente a transferência para horários absolutamente inadequados de partidas de futebol quando existe a necessidade de adequação de horários junto à grade de programação de uma emissora de televisão quando esta vai transmitir o evento. Quer dizer, o acontecimento não existe por si só, ele movimenta toda uma cadeia de elementos ao seu redor de tal modo que é capaz de mexer com uma boa parte da dinâmica social de um território.

Entretanto, a cidade nunca está totalmente tomada pelo poder do Estado midiático, pois há sempre espaço para possíveis ações. Processos constitutivos de sujeitos coletivos expressam maneiras de viver e reapropriações da cidade afastadas das previsões da ordem urbana promovida pela imagem oficial. Os sujeitos sociais, mediante esses diferentes modos de participação, lêem a cidade de modo diferente, fazem usos divergentes do território. Reformulam o modo através do qual se imagina e se representa o espaço e a espacialidade, reformulação que está associada, efetivamente, a uma ação política (SANCHEZ, 2001, p. 37).

Ocorre que, quando acontece a implantação de uma complexa rede

infraestrutural de equipamentos os mais diversos dispostos de maneira concentrada em um perímetro relativamente pequeno de abrangência territorial, é inevitável que haja alguma alteração no cenário urbanístico e rotineiro da população local e “as reverberações dos megaeventos na sociedade são imprevisíveis, incontroláveis e crescentes. Não dá para se esquivar das mensagens de seus produtos e ideologias que tomam conta da cidade” (Freitas, Lins, Santos; 2014, p. 7).

Obviamente que esses tipos de eventos, dada a sua notável magnanimidade, deverão ocasionar impactos nesses ambientes. Impactos que podem ser de natureza temporal, ou que podem danificar profundamente determinados aspectos da vida social daquele lugar.

Essa é uma das grandes questões em discussão quando tratamos da realização cada vez mais frequente de megaeventos em grandes cidades, como os esportivos ligados aos jogos olímpicos e à copa do mundo de futebol, porque demanda uma grande quantidade de setores envolvidos e também de diversos investimentos realizados para demonstrar uma dimensão desmedida para um usufruto limitado e passageiro.

Limitado na medida em que, na tentativa de recuperar parte dos recursos investidos na elaboração dos eventos, cobram-se geralmente valores exorbitantes na compra dos bilhetes para ter acesso aos espetáculos; o que impede ou, de certa forma, bloqueia o livre acesso a todos os indivíduos, sobretudo às classes de menor poder aquisitivo da população, que não possuem as condições necessárias de acesso ao acontecimento.

Essa primeira ressalva demonstra a pouca atenção que tem sido dada ao princípio da cultura como um bem de acesso para todos, exposto por Aguilera (2000):

Desde un punto de vista teórico, la cultura ha de tener la misma consideración que cualquier otro ámbito de la actividad humana. La política cultural no es ni más ni menos legítima que la política social, educativa, económica o de vivienda. La existencia de una administración cultural es necesaria para satisfacer las necesidades culturales de la población. El aumento del nivel material de vida, del nivel educativo y del tiempo libre han determinado que la población perciba el ámbito cultural no como un privilegio de unos pocos sino como una necesidad y derecho de todos

(AGUILETA, 2000, p.33)⁵².

A segunda ressalva referente à festa como um evento passageiro é porque, de fato, são movimentos que geralmente acontecem em um curto espaço de tempo, como bem lembrou Philippe Bovy mais acima, que eles podem variar de dois dias a seis meses. Porém, quando o prazo dos megaeventos finaliza, o que costuma restar é todo um aparato sem muito sentido disperso pelas cidades, sem os devidos cuidados para permanência ou manutenção, passível de deterioração, sem justificativa para todo o investimento aplicado porque não possui grande potencial para usufruto da população em longo prazo.

Este hecho tiene generado algunas discusiones en la medida en que en muchas ciudades se han creado equipamientos públicos de uso temporal, no existiendo una planificación de incorporación de las infraestructuras en la ciudad para usufruto de la población una vez que el evento haya concluido, quedando sin uso y aprovechamiento por parte de los residentes las elevadas inversiones efectuadas (FERREIRA, GARCÍA, RAMA; 2015, p. 690)⁵³.

Além disso, e não sem razão, ficam sempre as críticas de cunho político-social sobre os injustificados altíssimos investimentos aplicados nesses projetos festivos, sobretudo em países subdesenvolvidos, em que a prioridade deveria estar concentrada na busca por elevar o padrão e a qualidade de vida dos cidadãos no que se refere a políticas públicas essenciais como saúde, transportes, educação; em vez de investir em megaeventos efêmeros e provisórios em que geralmente poucos são os habitantes que conseguem desfrutá-lo plenamente.

O autor Jânio Castro (2012) comenta sobre a aplicação desses investimentos em sua análise relacionada à realização das festas de São João organizadas pelas municipalidades brasileiras.

A espetacularização das festas juninas no espaço urbano na

⁵² Tradução nossa: Do ponto de vista teórico, a cultura deve ter a mesma consideração que qualquer outro campo da atividade humana. A política cultural não é nem mais nem menos legítima do que a política social, educacional, econômica ou habitacional. A existência de uma administração cultural é necessária para satisfazer as necessidades culturais da população. O aumento do padrão de vida material, do nível educacional e dos tempos livres têm determinado que a população perceba a esfera cultural não como um privilégio de poucos, mas como uma necessidade e um direito de todos.

⁵³ Tradução nossa: Este fato tem gerado algumas discussões a ponto de em muitas cidades terem sido criados equipamentos públicos de uso temporário, não havendo previsão de incorporação de infraestruturas na cidade em benefício da população após a conclusão do evento, sem deixar uso e exploração pelos residentes dos elevados investimentos realizados.

contemporaneidade ampliou espacialmente essa importante manifestação cultural brasileira que foi reinventada mercadologicamente, o que contribui para tornar o São João uma festa complexa e onerosa para se organizar. (...) Um dos grandes desafios, tanto dos megaeventos metropolitanos, quanto das festas populares realizadas em pequenas cidades brasileiras, é o patrocínio, uma vez que os custos para promoção dessas festas apresentam uma escala progressiva, devido tanto à dimensão desses eventos, quanto aos custos das atrações de renome nacional, cada vez mais onerosas. (...) O investimento público municipal ainda é elevado e a captação de recursos ainda é tímida, o que caracteriza um déficit considerável para as municipalidades que investem nessas megafestas. A meta dos organizadores dos gestores públicos é reduzir custos e ampliar parcerias (CASTRO, 2012, p. 96).

Percebe-se neste trecho a grande dimensão que rodeia uma festividade cultural de massas nas cidades e ultimamente tem sido um fenômeno recorrente ao passo que as autoridades pretendem aperfeiçoar e inovar seu conceito de atratividade em atividades diversas que abarcam desde os esportes, os negócios, a cultura e recaindo sobre o turismo. E, ainda que evidentemente haja pontos positivos e negativos na construção dos festejos de grande porte, como há em praticamente todos os setores da vida humana, segundo Freitas, não dá para negar que esses fenômenos já pertencem ao modo de ser contemporâneo e, querendo ou não:

Os megaeventos fazem parte do imaginário urbano, redesenhando a cidade e se inscrevendo na vida cotidiana. Esse estar presente na vida do dia a dia contribui para que a cidade seja suporte comunicacional para a publicidade e o marketing, potencializando negócios em diversos segmentos (FREITAS, 2011 apud FREITAS, LINS, SANTOS; 2014, p. 3).

Neste trecho, os autores falam em comunicação, *marketing* e publicidade numa perspectiva de cidade. Citando Compans (2005), Castro procura estabelecer de maneira clara e didática a concepção de *City marketing*, bastante disseminado nos estudos urbanos atuais. Verifiquemos:

O *city marketing* faz parte de um conjunto de ações que compõem a agenda econômica local, que tem como “produtos” específicos programas de construções de hotéis; campanhas promocionais apoiadas em ofertas turísticas integradas; projetos culturais; venda de imagem forte e positiva da cidade segura e dinâmica, entre outras, que estão assentadas na consolidação turística do lugar. A divulgação da imagem da cidade em eventos culturais lastreados midiaticamente é uma estratégia adotada não apenas por centros urbanos metropolitanos ou de médio porte, como também por aqueles situados nos patamares inferiores da hierarquia urbana (CASTRO, 2012, p. 100).

Em realidade semelhante, existe o conceito de *marketing* de lugares, que passa a ser uma prática cada vez mais comum nas comunidades urbanas e que também possui relação estreita com o chamamento turístico e econômico.

A prática de venda de lugares implica as várias maneiras em que órgãos públicos e privados se esforçam para "vender" a imagem de um determinado "lugar" definido geograficamente, geralmente uma vila ou cidade, de modo a torná-lo atraente para os investimentos económicos, para os turistas e até mesmo para os habitantes desse lugar. Vender locais é muitas vezes uma manipulação consciente e deliberada da cultura e um esforço para aumentar a atratividade e o interesse dos lugares (KEARNS, PHILO; 1993, p. 2-3).

Neste contexto, não dá para deixar de associá-lo ao conceito de Folkmídia, que vem sendo estudado ultimamente dentro da teoria folkcomunicacional sob um olhar voltado para a produção da indústria cultural operativa em certo alinhamento com a cultura popular.

Como o termo "Folkmídia" nesta acepção é apresentado mais como um sinônimo de "Folkcomunicação", achamos nós que é melhor usá-lo para uma situação que se torna cada vez mais frequente em todo o mundo e que consiste na interação entre os meios de comunicação de massa e a folkcomunicação, ou seja, o uso tanto de elementos oriundos do folclore pela mídia como a utilização de elementos da comunicação massiva pelos comunicadores populares (LUYTEN, 2002, p. 2).

Assim, os processos folkmidiáticos vêm sendo reproduzidos em escala cada vez maior nesses últimos tempos da hipermodernidade tecnológica do presente século XXI. Nesse sentido, podemos pensar na construção dos megaeventos contemporâneos tal qual o São João de Fortaleza e Braga como manifestações culturais de propriedade das cidades que os produzem; em prol de; não só, mas também, notabilizá-las enquanto entidades organizadas massivas, urbanas e públicas; capazes de apresentar um plano de ação voltado para uma projeção midiática e turística competitiva e de qualidade dentro de um circuito de *marketing* urbano.

Ou seja, a partir do momento em que se começa a notar a ocorrência de uma certa competição urbana por notoriedade e reconhecimento, principalmente no exterior, fenômenos como esses passam a acontecer de forma estratégica e racional, até que chegam mesmo a ultrapassar a noção do sentido simbólico do festejar discutido anteriormente, assim como o de divertimento e tornam-se superficialidades mercantilizadas em prol de capitalizar atratividade turística e visibilidade midiática a partir do uso dos eventos culturais; conforme aponta Trigueiro (2004):

A televisão – mídia que opera com muita competência – faz esse jogo de apropriação das tradicionais culturas populares, integral ou parcialmente,

refuncionalizando suas formas e conteúdos para atrair maior audiência e conseqüentemente mais patrocinadores e maiores lucros. É um negócio cultural de interesse mercantilista (TRIGUEIRO, 2004, p. 07).

Então, o espaço de estudos da Folkmídia está destinado a entender que na realidade existe “uma troca. Um empréstimo. Uma permuta pontual de elementos culturais que favorece a ambos os lados. Aí está a essência da Folkmídia como parte do processo comunicativo no mundo moderno” (Carvalho, 2019, p. 70). A folkmídia, como objeto de estudo do campo da Folkcomunicação, interessa-se por compreender esses fenômenos festivos principalmente desde uma perspectiva midiática, sabendo que os meios de comunicação operam verdadeiros empreendimentos nos meios urbanos e estão à total disposição para jogar o jogo dos interesses, anseios e ambições desde os pontos de vista político, econômico, tecnológico e social das atuais estruturas contemporâneas.

Diversos são os exemplos que se podem ser dados com relação aos usos e abusos da Folkmídia na atualidade, porém, sendo mais fiel ao nosso objeto de estudo, citamos, particularmente, a atual espetacularização dada às quadrilhas juninas⁵⁴, algo que - é bem verdade, já transitou pelos camponês/ rural e burguês/sofisticado – mas num passado até recente mostrou-se rústica, improvisada e depois evoluída, ao que hoje se compara quase às escolas de samba do carnaval do Rio de Janeiro (muito embora, é claro, com um grau de recursos, investimentos e visibilidades ainda bem menor).

Essas escolas de samba, por sua vez; também já passaram por iguais processos folkmediáticos como esses, só que mais antecipadamente; devido, certamente, à própria visibilidade preliminar da “cidade maravilhosa” no cenário mundial. É assim que, aos poucos, os enredos vão se desenrolando peça a peça, tal qual um jogo de damas no tabuleiro da espetacularização.

Antes de finalizar este tópico de análise, esclarecemos que a folkmídia se comporta como um ramo da teoria brasileira da Folkcomunicação, fundada na

⁵⁴ Quadrilhas juninas são grupos que apresentam um tipo de dança popular característico das festas juninas brasileiras, sobretudo nordestinas, dançada por pares e carregada de elementos que compõem o imaginário caipira ou rural de outros tempos. Atualmente existem grupos de quadrilhas enormes que se apresentam de modo bastante estilizado nos festivais e competições. Sua origem remonta à palavra *quadrille*, se referindo aos bailes de dança de salão das cortes francesas do século XVIII.

década de 1960 pelo pernambucano Luiz Beltrão, e disseminada posteriormente até os dias de hoje no meio acadêmico como espaço legítimo para verificar a relação entre a cultura de massa e a cultura popular. A Folkmídia, portanto, está imersa numa atualização da conjuntura social hipermoderna que abarca as realidades locais e regionais territorialmente globalizadas.

Assim, como entendemos a Folkmídia no contexto da Folkcomunicação, entendemos o intercâmbio de informações entre a cultura folk e os *mass media*, onde estes alimentam-se de informações da cultura folk e a cultura folk alimenta-se de informações dos *mass media*, principalmente no que diz respeito a informações que estejam fora do âmbito regional (SOUZA, 2003, p.4).

Em seguida a pesquisadora faz questão de ressaltar a importância tanto dos usos como das utilidades da Folkmídia dentro dos seus espaços de interesse. Vejamos:

A necessidade de se usar de nomenclatura adequada para esses diversos fenômenos comunicacionais, vale-nos concluir que a utilização de elementos da folkcomunicação pela mídia vem se tornando objeto de estudo, especialmente nos meios acadêmicos. Uma vez que a palavra mídia (ou media) significa meios, isto é, meios, sistemas de comunicação de massa e folk (com K, como queria Luiz Beltrão) é abreviação passível de folkcomunicação, julgamos conveniente destacar o termo folkmídia como significativo de utilização de elementos folkcomunicacionais pelos sistemas de comunicação de massa. Acreditamos, desta forma, estarmos colaborando para um entendimento melhor de um fenômeno que se torna mais e mais evidente em uma época como a nossa (SOUZA, 2003, p.6).

Agora, cientes da noção conceitual de megaeventos e seus impactos na urbanidade, bem como das circunstâncias folkmidiáticas prevalecentes no mundo contemporâneo, podemos passar ao último tópico investigado neste capítulo que diz respeito ao contexto urbano e social das metrópoles.

4.3 Ação pública na gestão de festas das cidades

Obviamente que, para que haja a realização desses referidos megaeventos urbanos, é necessário haver um corpo organizativo competente capaz de absorver toda a demanda estrutural em seu sentido mais amplo. Ocorre que a maior parte desse setor organizacional recai sobre a ação pública administrativa das municipalidades, através de suas secretarias especializadas em cultura, esportes, juventudes e demais segmentos.

Como vimos, hoje em dia as festas tomam uma dimensão massificada,

espetacular e mercantilizada, o que envolve uma grande carga de energia a ser empregada nelas sob as exigências de um mundo pós-moderno, heterogêneo, múltiplo e difuso; de modo a torná-las seguras, sustentáveis, coloridas, mágicas, belas, requintadas, multiculturais e inclusivas.

Tudo isso associado ainda à necessidade de adicionar e manter um toque da identidade cultural do lugar em que se realizam, porque “quando se organiza uma festa popular, a identidade cultural da manifestação está enraizada em uma tradição territorializada” (Dantas, Davel; 2019, p. 207); tudo isso na intenção de diferenciá-las de outros eventos de igual conteúdo existentes geograficamente distantes ou nas suas proximidades, porquanto “todo el mundo vive las fiestas de su localidad como un acontecimiento especial y propio, que refleja sus peculiaridades y la distingue de las localidades vecinas” (Aguileta, 2000, p. 214)⁵⁵. Por conseguinte:

Nas cidades, as festas populares se perpetuaram graças às iniciativas das comunidades responsáveis pela manutenção dessas tradições, passadas de pai pra filho e são reiteradas coletivamente através de celebrações, representações e festas. Entretanto, cada vez mais, no mundo contemporâneo, essas festas passaram a significar um importante momento para a economia das cidades, levando a que as esferas de governo e os agentes econômicos se interessassem pela sua existência, perpetuação e difusão fora dos limites municipais. Elas estão no centro de qualquer política de turismo seja no âmbito da cidade, da região ou do país, a depender da sua grandeza e impacto no imaginário fora dos limites da comunidade que a produz (DANTAS, DAVEL; 2019, p. 205 – 206).

Diante das características mencionadas sobre os eventos já dá para se ter uma dimensão de que planejar, preparar, organizar e executar tudo de forma adequada não deve ser tarefa fácil e para isso é preciso primeiro ter em mente a noção de gestão ou políticas culturais, tendo em conta que:

La cultura y la gestión cultural requieren del conocimiento y el reconocimiento del contexto en el cual se da una cultura y en el que se hace una gestión; por eso se encuentra con frecuencia que servicios que funcionan en una parte no funcionan en otra, y no es por ineficiencia, sino porque se encuentran en diferentes contextos (SAMPER, TRUJILLO, TABARES, 2001, p. 47)⁵⁶.

⁵⁵ Tradução nossa: Todo mundo vivencia as festas de suas localidades como um acontecimento especial e próprio, que reflète suas peculiaridades e a distingue das localidades vizinhas.

⁵⁶ Tradução nossa: A cultura e a gestão cultural requerem conhecimento e reconhecimento do contexto em que ocorre uma cultura e em que a gestão é realizada; É por isso que frequentemente se verifica que serviços que funcionam em uma parte não funcionam em outra, e não é por ineficiência, mas porque se encontram em contextos diferentes.

Os autores consideram como algo extremamente necessário que o gestor público, ou seu corpo dirigente, conheça verdadeiramente o ambiente onde atua, a partir de estudos embasados, e apontam ainda as habilidades que devem ser inerentes a estes profissionais, quais sejam:

La peculiaridade del gestor cultural radica en que él debe construir su propio modelo de gestión de acuerdo con el conocimiento que tenga del análisis de las condiciones y circunstancias en las que han surgido, confrontando y desarrollando las distintas formas de expresión y manifestación cultural, las cuales comprenden los fenómenos del orden político y social. También debe, en su tarea de gestor, encontrar las relaciones que tienen que darse entre la institución y la comunidad, siendo él el enlace entre ellos (SAMPER, TRUJILLO, TABARES, 2001, p. 48).⁵⁷

No mesmo tom da discussão, Aguilera (2000) questiona, assim como tantos setores da sociedade, a necessidade ou não de se manter uma ação estatal com a incumbência direcionada para controle organizativo da política cultural. Porém, antes de buscar respostas para essa difícil questão, o autor se dedica a responder extensivamente em uma série de páginas sobre a real importância da cultura para uma determinada sociedade.

Ele aponta que a cultura é essencial para a manutenção da criatividade de um povo e menciona suas vantagens enquanto meio de produção identitário e que se apresenta como “un sector en auge, de demanda creciente, que ocupa una parte cada vez más alta del consumo doméstico” (Aguilera, 2000, p. 27)⁵⁸, se transformando em um verdadeiro alimento propulsor das cidades; mas que, por outro lado, para Dantas e Davel (2019), não é tão simples assim administrá-la, tendo de ser cuidadoso nesta missão gerencial.

A gestão dessas manifestações culturais tende a ser, no mundo contemporâneo, uma expressão das novas formas de gestão coletiva ou em rede, estabelecendo uma articulação entre o público, o privado e o comunitário. Isso exige uma governança cuidadosa, uma articulação bem azeitada, com cada fio dessa rede sendo tecido num cuidadoso bordado,

⁵⁷ Tradução nossa: A peculiaridade do gestor cultural é que ele deve construir seu próprio modelo de gestão de acordo com o conhecimento que possui da análise das condições e circunstâncias em que surgiram, enfrentando e desenvolvendo as diferentes formas de expressão e manifestação cultural, que eles compreender os fenômenos da ordem política e social. Deve também, na sua função de gestor, encontrar as relações que devem existir entre a instituição e a comunidade, sendo o elo entre elas.

⁵⁸ Tradução nossa: Um setor em auge, de demanda crescente, que ocupa uma parte cada vez mais alta do consumo doméstico.

para que cada parte mantenha sua representatividade, seu papel e sua atuação coerentes com sua representação no coletivo e que essa gestão não signifique – sob pena de fracasso – uma ameaça à historicidade e evolução dessas manifestações, que, em caso de intervenções indesejadas podem correr o risco de se desfigurar ao ponto de perder a sua força e, em consequência, a sua atratividade para o turismo, matando o seu potencial econômico para o local e a comunidade (DANTAS, DAVEL; 2019, p. 205).

Em alguns momentos de sua análise, Aguilera consegue manter certo diálogo com Cabeza, ao considerar que nos últimos tempos realmente houve uma mudança de olhar com relação ao tempo de ócio e usos do tempo livre; que no contexto do século XXI, passa a assumir uma função de centralidade por se transformar em um fenômeno de massas e pelo uso do tempo livre ter passado por um processo de democratização social.

Argumenta, entretanto, que há nesse processo inúmeros pontos positivos, mas também existem os pontos negativos, tendo em vista que “el tiempo libre es un tiempo de utopías personales (la autorrealización) y sociales (la civilización del ocio), pero también de fracasos (paro, consumismo, alienación)”⁵⁹ (Aguilera, 2000, p. 30). Porém, mesmo assim, o período de ócio:

Se ha convertido en un elemento esencial de nuestra sociedad, una realidad que debe tenerse en cuenta en cualquier análisis de las relaciones sociales. El tiempo libre ha sufrido un enorme cambio que lo ha colocado en una posición central, tanto desde el punto de vista cuantitativo como por sus consecuencias socioculturales (AGUILETA, 2000, p. 30)⁶⁰.

De acordo com o que comentamos na seção anterior relativa aos megaeventos folkmediatizados, estes momentos de ócio movimentam um enorme campo de atuação de agentes em suas esferas civil e pública e que mexe invariavelmente também com a rede econômica de um território por possuir uma relação direta com o âmbito dos negócios, porque “el ocio está inmerso en la cadena producción-consumo” (Aguilera, 2000, p. 31)⁶¹.

⁵⁹ Tradução nossa: O tempo livre é um tempo de utopias pessoais (a autorrealização) e sociais (a civilização do ócio), mas também de fracassos (desemprego, consumismo, alienação).

⁶⁰ Tradução nossa: Tornou-se um elemento essencial de nossa sociedade, uma realidade que deve ser levada em consideração em qualquer análise das relações sociais. O tempo livre sofreu uma enorme mudança que o colocou numa posição central, tanto do ponto de vista quantitativo como pelas suas consequências socioculturais.

⁶¹ Tradução nossa: O ócio está imerso na cadeia produção-consumo.

Isso quer dizer que o tempo livre movimenta dinheiro e, em profunda associação com a indústria turística, despontam como uma das categorias econômicas mais promissoras dos tempos atuais e que impactam intensamente na gestão cultural dos municípios; que, segundo ele, devem dispor de quatro segmentos principais: “Disponer de una amplia oferta cultural; una visión amplia y divertida de la cultura; la importancia de las fiestas y de los períodos vacacionales; una pedagogía del ocio”⁶² (Aguileta, 2000, p. 31-32).

Os dois primeiros referem-se aos deveres e responsabilidades dos poderes públicos, não excluindo também a iniciativa privada, de oferecer à sua população, um cardápio variado de atrações e atividades culturais para desfrutarem em seu tempo livre; desde que sejam atrações criativas, diferenciadas e interessantes, rompendo a fronteira do elitismo e aproximando-se do público, fugindo de um populismo baixo e aumentando, por outro lado, a qualidade e a variedade de práticas culturais atraentes e, sobretudo, lúdicas, aos concidadãos.

Já os dois últimos pontos se referem a uma tentativa de não permitir que as características negativas do ócio associadas à estupidez, ignorância e ao embrutecimento dos sujeitos prevaleçam perante as positivas, e isso deve ser feito a partir da realização do que ele chama de pedagogia do ócio; e também sustenta que a festa ocupa uma posição sublime dentro da categoria cultural municipal, por ser “una fiesta que socializa, expresa y reafirma la identidad colectiva, y que se convierte en una de las principales tareas anuales de muchos departamentos municipales de cultura” (Aguileta, 2000, p. 32)⁶³. Assim, os quatro segmentos destacados estão de certo modo interligados e encadeados num fluxo que envolve a cultura e a administração estatal.

Hablar de Estado y de cultura de manera simultánea es, desde muchos puntos de vista, una contradicción en la medida en que el Estado, por su propia naturaleza, busca unificar y controlar, mientras la cultura es diversa y busca escapar al control. En efecto, mientras que el Estado adelanta procesos a través de los cuales se quiere que todos los ciudadanos obedezcan a unos mismos principios y valores que permitan la mayor

⁶² Tradução nossa: Possui uma ampla oferta cultural; Uma visão ampla e divertida da cultura; A importância das festas e dos períodos de férias; Uma pedagogia do lazer.

⁶³ Tradução nossa: Uma festa que socializa, expressa e reafirma a identidade coletiva, e que se torna uma das principais tarefas anuais de muitas secretarias municipais de cultura.

unificación posible de la sociedad, la cultura se rebela contra esas formas de control por medio de lo que le es más específico: la creación, la transformación, lo lúdico (SAMPER, TRUJILLO, TABARES, 2001, p. 25)⁶⁴.

É então somente depois de tomar esses caminhos e estimular essas reflexões que Aguilera tenta finalmente responder ao questionamento inicial sobre a necessidade de existir um órgão estatal responsável pelos eventos culturais. Ele comenta que “por su importancia económica, la relevancia de la cultura como patrimonio colectivo, como herramienta clave de la identidad de los pueblos y como instrumento de la reproducción social impone la necesidad de no abandonarla exclusivamente en las manos privadas” (Aguilera, 2000, p. 34)⁶⁵.

Não à toa ele afirma isso, mas justifica seu ponto de vista explorando a pluralidade de agentes que transitam pelo universo da administração pública cultural, e diz que é ela quem precisa assumir a responsabilidade de se reportar ao seu público porque deve se comportar como um agente facilitador da cidadania, compreendida por ele como um direito universal.

La cultura es un sector en el que interviene una pluralidad de agentes, por lo que la acción estatal interacciona con la iniciativa privada lucrativa (donde los medios de comunicación ocupan un papel preponderante) y con los colectivos sin ánimo de lucro, teniendo siempre a la ciudadanía como destinataria, puesto que el consumo engloba prácticamente a toda la población (AGUILETA, 2000, p. 33)⁶⁶.

Trazendo para a realidade das festividades juninas em território brasileiro, Castro (2012) esclarece que as autoridades ligadas aos setores culturais dos municípios somente começaram a ter essa noção de deveres e responsabilidades sobre a construção e execução dos eventos de grande porte a partir da segunda

⁶⁴ Tradução nossa: Falar de Estado e cultura simultaneamente é, sob muitos pontos de vista, uma contradição na medida em que o Estado, por sua própria natureza, busca unificar e controlar, enquanto a cultura é diversa e busca escapar do controle. Com efeito, enquanto o Estado realiza processos através dos quais se pretende que todos os cidadãos obedeçam aos mesmos princípios e valores que permitem a maior unificação possível da sociedade, a cultura rebela-se contra estas formas de controle pelo que lhe é mais específico: a criatividade, a transformação, a ludicidade.

⁶⁵ Tradução nossa: Pela sua importância económica, a relevância da cultura como patrimônio coletivo, como ferramenta fundamental para a identidade dos povos e como instrumento de reprodução social impõe a necessidade de não deixá-la exclusivamente em mãos privadas.

⁶⁶ Tradução nossa: A cultura é um setor em que intervém uma pluralidade de agentes, razão pela qual a ação do Estado interage com a iniciativa privada com fins lucrativos (onde os meios de comunicação ocupam um papel preponderante) e com entidades sem fins lucrativos, mantendo sempre a cidadania como destinatária, uma vez que o consumo abrange praticamente toda a população.

metade do século XX, se inscrevendo, portanto, como um acontecimento tardio e relativamente recente dos movimentos juninos em cenário predominantemente urbanizado.

A partir, sobretudo dos anos 1970, esse novo desenho das festas do ciclo junino começou a ser esboçado pela iniciativa de prefeituras, empresas, comerciantes e de segmentos dos governos dos estados como Bahia, Paraíba, Pernambuco, Rio Grande do Norte e Sergipe, que passaram a investir na espetacularização das festas juninas como estratégia de projeção midiática e turística das cidades (CASTRO, 2012, p. 22).

Essa estratégia já amplamente discutida faz parte de um contexto que notabiliza a potencialidade do turismo como fonte capitalizadora de diversos olhares sobre os territórios e que exigem atenção especial dos atores sociais na gestão de suas ações, como diz Gomes (2011):

A *ludificação* dos territórios, que L. V. Baptista conceptualiza, e o investimento no turismo envolvem, a meu ver, duas dimensões intimamente articuladas: por um lado, a produção e a ordenação físicas do espaço urbano e das actividades que nele se concentram; por outro, a produção ou a (re)criação de imaginários sobre a cidade e de imagens promocionais. Daqui emergem efeitos de animação e espectacularização das cidades, como produto do trabalho e da acção de actores identificáveis, que operam no planeamento urbano, na arquitectura, na decisão política, na promoção turística e em muitos outros contextos de intervenção no ambiente urbano (GOMES, 2011, p. 6).

Esses movimentos passam pelas mãos de profissionais que Gomes (2011) optou por chamá-los de intermediários culturais; que, segundo ela, atuam, sobretudo, na área turística, articulando produção e consumo e também oferta e procura nas categorias de bens e serviços.

Para além de desempenharem um papel importante na constituição de lugares como novos destinos turísticos, os operadores influenciam os padrões de gosto e de preferência dos turistas (Richards, Goedhart e Herrijers, 2001: 85-88) actuando, nessa medida, como intermediários, através da articulação entre os bens e serviços oferecidos – neste caso, as cidades – e os potenciais consumidores – turistas e visitantes em geral (GOMES, 2011, p. 7 - 8).

Trata-se, portanto, de um setor carregado de necessidades que passam pela dinamicidade, a rentabilidade e a criatividade na gestão de um planeamento estratégico favorável ao ambiente em que se insere. Ressaltamos essas questões porque em estudos referentes à execução, planeamento e gestão de megaeventos numa escala moderna e folkmediatizada, não é possível dissociar a sua realidade de um cenário essencialmente pensado, idealizado, alimentado e estimulado pela

dinâmica da cadeia turística.

Aqui nota-se a existência de mais uma categoria da Folkcomunicação, “denominada de Folkturismo, na qual observa-se a busca da prática turística em dar visibilidade à cultura popular, principalmente através de ferramentas da comunicação e da informação com aspectos culturais e comerciais” (Lucena Filho, Santana; 2018, p. 253). São processos que recaem sobre o setor turístico, e vice-versa, atuando como um fenômeno real.

Entra em evidência o Folkturismo como uma área de estudos pertencente à nova abrangência da Folkcomunicação, na qual se estabelece na apropriação de elementos da cultura popular pela cultura massiva, no sentido, de produzir mensagens que possibilitem a promoção do turismo (LUCENA FILHO apud SILVA, 2020, p. 216).

São linhas que se cruzam inevitavelmente em um ponto comum e que se oxigenam entre si, ao passo em que atuam favorecendo-as numa poderosa e inteligente via de mão dupla.

Antes de pôr fim a esta ampla e complexa discussão, destacamos o trabalho de fôlego realizado pelo autor Iñaki López de Aguilera com relação ao trabalho dos agentes públicos dos meios urbanos, especificamente àqueles direcionados à realização das festividades públicas. Primeiramente, o autor elenca alguns traços que caracterizam essas festividades, quais sejam:

- Libertad: Su carácter expresivo de sensación de libertad, de estar fuera de las reglas. Libertad individual y colectiva.
- Evento colectivo: Fiesta es relación, interacción, intercambio. A partir de ahí, somos uno de los instrumentos más poderosos para generar identidad grupal.
- Romper con la norma cotidiana: La fiesta es un momento de inversión del orden establecido, permitiendo lo que normalmente está prohibido.
- ... Dentro de límites: Por un lado, la fiesta es una excepción, limitada en el tiempo, concentrada en unos días. Por otro lado, la transgresión es fundamentalmente simbólica, vivida como representación.
- Participación: Se establece una complicidad entre todas aquellas personas que conectaron el chip festivo, creando un nudo, un espacio de comunicación. No se puede entender una fiesta sin participar activamente en ella, sin sumergirse en su entorno.
- Carácter seductor, gratificante, agradable: Las fiestas atraen por una razón obvia: porque disfrutas. Aunque parezca todo lo contrario por su carácter de

libertad, tienen una estructura, un orden, unas normas autoimpuestas (disciplina festiva, llamada Gil Calvo) (AGUILETA, 2000, p. 213 – 214).⁶⁷

Além de todos esses aspectos, ele afirma, da mesma forma que Barroso (2019), que a festa urbana está cada vez mais fragmentada, principalmente por grupos de idades; o que pode refletir a mesma tensão político-social da vida cotidiana. E conclui que há, incontestavelmente, uma evolução e atualização do arranjo tradicional dos festejos, salientando que “hoy en día la vinculación con el ciclo solar o los ritmos de la vida agrícola, el componente religioso y el carácter ritual son obviamente más escasas” (Aguileta, 2000, p. 214)⁶⁸; algo que está muito em conformidade com o que ocorreu e segue ocorrendo com as festas juninas de Braga, Fortaleza e também em outras cidades.

Tratando exclusivamente da relação entre prefeituras e festividades, o autor esclarece que, curiosamente, são inúmeros os casos em que a realização de festas antecedeu a formação mesmo dos departamentos de cultura dos municípios e, por isso, considera a função de promoção e financiamento dos festejos por parte da prefeitura como uma espécie de obrigação não escrita, em que há um certo consenso unânime e universal da necessidade de intervenção municipal nesse sentido.

Como justificativas para essa intervenção, ele aponta primeiro a questão da proximidade municipal com a população em sua posição de representar o primeiro escalão administrativo ligado ao padrão rigorosamente local. Depois, assinala que a

⁶⁷ Tradução nossa: - Liberdade: Seu caráter expressivo dá origem a uma sensação de liberdade, de se encontrar à margem das regras. Liberdade individual e coletiva.

- Evento Coletivo: Festa é relacionamento, interação, troca. Portanto, é um dos instrumentos mais poderosos para gerar identidade de grupo.

- Ruptura com a norma cotidiana: A festa é um momento de inversão da ordem estabelecida, permitindo o que normalmente é proibido.

... Dentro dos limites: Por um lado, a festa é uma exceção, temporariamente limitada, concentrada em poucos dias. Por outro lado, a transgressão é fundamentalmente simbólica, vivida como representação.

- Participação: É estabelecido um compliance entre todas aquelas pessoas que se conectam ou se fazem festas, levanta-se um nós, um espaço de comunicação. Você não pode entender uma festa se participar ativamente dela, você pode submergir em seu ambiente.

- Caráter sedutor, gratificante e agradável: Como os festivais o atraem por um motivo óbvio: porque é apreciado. Ainda que olhe ou contrasta com o seu caráter de liberdade, tem uma estrutura, uma ordem, algumas normas auto-impostas (disciplina festiva, Gil Calvo chama).

⁶⁸ Tradução nossa: Hoje em dia a ligação com o ciclo solar ou os ritmos da vida agrícola, a componente religiosa e o caráter ritual são obviamente mais escassos.

municipalidade atende a uma demanda popular que já espera e anseia por isso, e que, certamente, não estaria satisfeita se os responsáveis culturais optassem, despropositadamente, por não realizar tais festejos locais.

Uma terceira justificativa é que, para ele, a festa representa um direito cidadão e um bem público; e que, exatamente por isso, obriga conseqüentemente a ação estatal. E uma última razão se concentra no fato de que a organização dessas festas é o maior investimento em imagem que um espaço pode ganhar dos vizinhos, da mídia e dos visitantes; e esse ganho de legitimação é a razão mais formal e justificada da intervenção municipal.

Em seguida, Aguilera orienta sobre os elementos adequados para a realização de um bom programa de atividades festivas. Aponta ele que a festa funciona como um fato histórico e que se deve conferir todos os detalhes que envolvem a sua preparação; que vai desde a conferência de fatores alheios ao evento, como a previsão meteorológica, o choque de datas com outros eventos ou a situação social, política e econômica do ambiente naquele período, etc. Alerta para o risco de não confundir festa com espetáculo e, para isso, aconselha preparar um programa atrativo, mas que mantenha certo equilíbrio entre tradição e umas pitadas de novidade a cada edição anual.

Como critérios para construir o programa, Aguilera sugere dar atenção aos seguintes pontos: a potência das ruas, porque elas devem ser o palco principal; o equilíbrio do dia e da noite, porque a noite é o tempo da festa por excelência; pensar em todos os setores de idade e interesses, pois a diversidade urbana favorece uma segmentação festiva, que põe os jovens como principal público consumidor; mas que deve haver espaço para todas as variedades de interesses e para todas as pessoas, inclusive em termos de acessibilidade; além de contemplar a diversidade cultural, disponibilizando espaços lúdicos e divertidos para diversos grupos culturais locais.

O que estas alterações constantes nos exigem é um olhar sociológico atento e crítico, que garanta uma cidade de cidadãos em vez de uma cidade de turistas, na medida em que mais importante do que a sua atratividade turística, diria eu, são o conforto, as condições de sociabilidade e a qualidade de vida que qualquer cidade tem para oferecer aos seus residentes (GOMES, 2011, p. 17).

Pensando em uma organização festiva bem preparada, Aguilera observa três pontos essenciais: a concentração espacial, a participação cidadã e o profissionalismo da gestão. Sobre o primeiro ponto, ele manifesta sua opinião no sentido de que, em vez de descentralizá-las, deve-se tentar manter uma certa unidade, chamada de “centralidade simbólica da festa”, que implica num recinto festivo identificado para tal; pois, na sua visão, a descentralização desmerece um pouco a festa, mas não se coloca radical ao ponto de censurar a busca por alternativas celebrativas no contexto centro – periferia.

Com relação ao profissionalismo da gestão, o estudioso comenta sobre as comissões de festas e ressalta o seu aspecto plural envolvendo um corpo formado por representantes municipais, sendo eles técnicos e políticos, e também a participação de cidadãos. É aí então que o autor coloca em posição de evidência a participação da população em dois níveis. O primeiro é no nível de coletivos organizados com certos poderes deliberativos e o outro é o cidadão comum, brincante e participativo, que se deixa envolver pela atmosfera festiva, passando de observador e simples espectador a ator ativo e colaborando para que nesse movimento a festa alcance a sua plena essência.

Concluimos, por fim, nossas categorias de análises, compreendendo, portanto, que na visão do estudioso aqui evidenciado (Aguilera), o ideal é que haja “la colaboración entre todos los agentes implicados, públicos y privados (con una perspectiva mercantil o sin ánimo de lucro), desde planteamientos de complementariedad, es la única vía posible para garantizar el desarrollo cultural de la población” (Aguilera, 2000, p. 38) ⁶⁹. Nesse sentido, concluimos o capítulo ora apresentado afirmando que novas reflexões instigantes sobre a realização de festejos na contemporaneidade serão contempladas mais adiante.

⁶⁹ Tradução nossa: A colaboração entre todos os agentes envolvidos, públicos e privados (numa perspectiva comercial ou sem fins lucrativos), numa abordagem complementar, é a única forma possível de garantir o desenvolvimento cultural da população.

5 PANORAMA CONCISO DO MEIO TELEVISIVO

Após as discussões em torno do São João enquanto festa celebrativa de caráter dinâmico, que passa a dominar na contemporaneidade também o cenário urbano, estabelecendo um novo modelo festivo adequado às transformações do mundo moderno, apresentaremos doravante neste terceiro capítulo uma discussão sobre o meio de comunicação audiovisual televisivo dentro do contexto de sua utilização e influência no cenário mundial como representante significativo mais popular e acessível da classe midiática audiovisual.

Trataremos de observar as características que relacionam conceitualmente fatores específicos e distintivos da categoria audiovisual de canal de TV aberta convencional e de canal de conteúdo virtual disponível em rede, aí se encontra a razão de investigar as emissoras *Braga TV* (Portugal) e *TV Verdes Mares* (Brasil), por se diferenciarem nesse aspecto categórico, e tendo em vista também que as duas emissoras possuem envolvimento com as festas de São de João de suas cidades, seja em termos de produção de conteúdo ou de organização desses eventos.

Nesta seção, a discussão abordará brevemente a questão histórica do percurso audiovisual televisivo no seu modelo tradicional até a era digital e a consolidação das modernas formas de transmissão audiovisual, adentrando no território português, a partir de Braga, realçando a emissora *Braga TV*; e no território brasileiro, a partir de Fortaleza, focando na emissora *TV Verdes Mares*.

Ocorre que a investigação em torno do percurso histórico televisivo, sobretudo o brasileiro, há muito vem sendo tema recorrente nas pesquisas científicas desenvolvidas na área da comunicação, assim como a discussão técnica e tecnológica desse meio audiovisual. Isso se dá, certamente, em razão da curiosidade dos pesquisadores em desvendar os mistérios dessa caixinha mágica, também pela sua relevância comunicativa e sua própria natureza ampla e difusa enquanto veículo de comunicação; tudo isso acaba se refletindo na realização de uma variedade extensa de estudos desenvolvidos em trabalhos de teor histórico.

O jornalista João Freire Filho sugere em seu artigo denominado “História da

Televisão: Teoria e Prática” que a maioria dos pesquisadores se aventuram em estudar a televisão como objeto acadêmico pelo fato de ela se comportar como um instrumento complexo, que, segundo ele, pode ser observada a partir de, pelo menos, cinco aspectos ou categorias distintas, a saber:

- 1) *A televisão como instituição*, uma indústria e suas organizações, moldada pela política governamental e pela administração corporativa;
- 2) *A televisão como realização*, com foco na cultura e na prática profissional, cujo contexto histórico tende a ser delineado especialmente nos relatos autobiográficos;
- 3) *A televisão como representação e forma*, um enquadramento estético que toma emprestado o vocabulário da crítica literária, teatral e cinematográfica;
- 4) *A televisão como fenômeno sociocultural*, profundamente interconectado com a política, a esfera pública e a sociedade civil, com a cultura popular (e de massa), com o caráter mutável do lar e dos valores domésticos;
- 5) *A televisão como tecnologia*, um experimento científico que se tornou tanto um item doméstico como uma fonte crescentemente poderosa para uma mutação na estética social (CORNER, 2003, p. 275-276 apud FREIRE FILHO, 2004, p. 4-5).

Diante desta análise, constatamos que muitos podem ser os enviesamentos acadêmicos oferecidos à temática e reconhecemos que se faz importante realizar esse resgate cronológico de acontecimentos sobre a televisão a nível nacional e mundial, acompanhando as suas transformações e evolução ao longo da sua trajetória para um entendimento franco e linear do veículo.

Entretanto, dada essa vasta quantidade de estudos acadêmicos disponíveis sobre o assunto, para o presente trabalho, não interessa nos determos longamente a mais um extenuante historial detalhadamente descritivo da operacionalidade técnica ou da periodização televisiva; parece-nos mais prudente e satisfatória a realização de um panorama propositalmente geral e conciso do gênero audiovisual televisivo em si, a fim de contribuirmos para uma compreensão simultaneamente abrangente e sintética deste meio de comunicação, para, assim, conseguirmos alcançar a discussão sobre as emissoras de televisão *Braga TV* e *TV Verdes Mares*, que fazem parte do nosso propósito de pesquisa.

Dito isto, iniciamos a construção do panorama evolutivo da televisão considerando, em qualquer parte do mundo, o ineditismo da sua natureza audiovisual. Não há como negar, com relação à sucessão dos meios de comunicação, que ocorre desde o uso da escrita e o surgimento da imprensa, depois

do rádio até a difusão da televisão, o impacto e as transformações provocadas entre os indivíduos contemporâneos da primeira metade do século XX com o novo invento que opera a partir da conjugação simultânea e sem precedentes de som e imagem em um mesmo aparelho.

Na ordenação histórica das telecomunicações, consta que o empreendimento inicial da televisão foi realizado a partir da segunda metade do século XIX, com a realização da impressão das primeiras fotografias e a posterior disseminação das imagens elétricas à distância, conforme explica Cádima (1995):

A pré-história da televisão não é tão recente como à primeira vista possa parecer. Na realidade, ela remonta aos tempos loucos da grande revolução das imagens, concretamente à segunda metade do século passado, período em que começam por ser realizadas as primeiras fotografias com Daguerre, e em que é inventado todo o complexo processo que originará o cinemascópio (CÁDIMA, 1995, p. 1).

Intensificadas após a primeira guerra mundial (1914 - 1918), através de um trabalho sequencial de descobertas por parte de uma série de cientistas de diversas nacionalidades, contribuíram finalmente para a criação do aparelho televisor no ano de 1926; um dos nomes que merece destaque é o inventor escocês e idealizador da televisão mecânica John Baird, que:

Estava interessado em todos os aspectos da televisão, inclusive transmissão a longa distância, cor e telas grandes, mas achou tão difícil trabalhar nos Estados Unidos, onde sofria limitações graças aos interesses do rádio, quanto na Grã-Bretanha. Todos esses fatores, aliados à tecnologia, determinaram o futuro da televisão, inclusive seu lançamento; desde o início todas as vantagens do negócio estavam do lado das grandes organizações, e não de inventores individuais (BRIGGS; BURKE, 2006, p. 178).

Esse fato revela que os meios de comunicação antecessores, como o cinema e o rádio, já começaram a perceber o efusivo crescimento, aceitação e conforto que a televisão poderia oferecer e, então, começaram a sentir certa intimidação pela abertura da nova concorrência.

Uma data que merece ser lembrada é o dia 30 de setembro de 1929, quando Baird, depois de infindáveis negociações com uma relutante BBC, obteve permissão para lançar um serviço experimental de televisão. O presidente do Conselho Britânico de Comércio, dando sua bênção, disse aos espectadores (ainda não descritos assim) que esperava ansiosamente que "esta nova ciência aplicada estimulasse e criasse uma nova indústria, não somente para a Grã-Bretanha e para o Império Britânico, mas para o mundo todo" (BRIGGS; BURKE, 2006, p. 177).

Assim, a completude do veículo passa a impressionar a tal ponto que interessa a diversos países com potencial financeiro suficiente, reunir esforços para injetar um alto investimento já neste primeiro momento - décadas de 1920 e 1930 - no veículo estreante àquela altura. Foi o caso da Alemanha, Estados Unidos, França, Inglaterra e outros, que passaram a realizar as primeiras transmissões e inaugurar as primeiras emissoras de televisão a nível nacional.

Mas a televisão também teve de conviver com um contexto marcado entre pausas e interrupções nas suas programações televisivas motivadas por conflitos armados, como no caso da segunda guerra mundial (1939 - 1945):

A televisão na Grã-Bretanha era suspensa no início da Segunda Guerra Mundial, embora continuasse na Alemanha e na França, apesar de forma não regular, a televisão só reviveu em Londres em 1946, e mesmo assim só para uma platéia limitada (BRIGGS; BURKE, 2006, p. 180).

Mesmo assim, gradativamente a televisão vai despontando como um instrumento tecnológico que “contém virtualmente todas as funções preenchidas pelos veículos precedentes e abrange um vasto número de possibilidades de expressão audiovisual” (Sodré, 1984, p.28).

Apesar dos inúmeros esforços já realizados até então, as investigações permaneciam em andamento e os recursos ainda eram escassos a tal ponto que, para os conhecimentos da época, a possibilidade das emissoras que foram despontando em diversos países de dar vida à televisão e levar uma programação ao ar era somente de realizá-la ainda no sistema preto e branco e no formato de transmissão direta (ao vivo).

Poucas horas diárias, problemas técnicos de áudio e/ou de vídeo eram comuns nas transmissões daquele tempo. Telejornais, telenovelas, entrevistas apresentações musicais. Tudo produzido em estúdio. Iluminação básica, cenários praticáveis, tapadeiras e muito jogo de câmera para iludir a visão à distância da audiência, paralisada em suas casas, principalmente à noite, depois da jornada de trabalho (ABREU; DA SILVA, 2012, p. 4).

Porém, as limitações apresentadas neste momento serviram de mola propulsora para o seguimento das pesquisas técnicas e tecnológicas da televisão.

Equipamentos pesados, criatividade, inventividade, compromisso com a programação, buscar identificação com a sociedade, “agradar” ao telespectador e construir uma cultura televisiva foram os principais desafios das equipes pioneiras das emissoras de TV (ABREU; DA SILVA, 2012, p. 4).

Ocorre que neste primeiro momento o custo era alto para possuir um aparelho televisor, por isso o veículo tinha um aspecto elitista, sendo consumida somente por quem tinha a possibilidade de pagar, por exemplo, em 1939, o custo equivalente a um automóvel. Por isso, poucos aparelhos no mercado induziram ao hábito das pessoas assistirem televisão diante do único aparelho da residência, sentadas, relativamente perto do aparelho, com uma distância de um ou dois metros.

Isto estava associado ao pequeno tamanho da tela (tipicamente, de dez até 14 polegadas, entre os anos de 1930 e 1950) e as imagens de qualidade ruim. Só existia um aparelho de TV em cada domicílio e um número limitado de canais. Não havia muita mudança destes canais e, geralmente, as pessoas assistiam aos programas em grupos. No final da década de 1940 e início da década de 1950, estes grupos eram formados pelos membros da família e alguns vizinhos que ainda não tinham um aparelho de TV. As pessoas convidavam os vizinhos para assistir televisão nas suas casas tanto para aproveitarem a nova mídia quanto para mostrarem seu status social, já que o aparelho de TV era uma propriedade cara (BRANDÃO, 2015, p. 70-71).

Dada essa carência inicial de aparelhos, “também era comum o hábito de assistir televisão em locais públicos, como lojas de departamentos, bares e até através de vitrines, que usavam a TV como uma forma de trazer as pessoas para perto da loja” (Brandão, 2015, p. 71). Nesse cenário inicial, é natural observar a ocorrência de certas práticas que seriam consideradas falhas ou não atrativas pelo padrão televisivo atual, como os gestos e expressões teatralizadas dos apresentadores.

A continuidade das investigações contribuiu para a chegada, em fins da década de 50 (em 1956, segundo Cádima), de um elemento central do processo produtivo em audiovisual: o videoteipe. Este novo componente se configura como um recurso que permite o registro de imagens televisivas, e também o seu armazenamento para uma posterior transmissão das imagens. Ou seja, a partir desse recurso, foi permitida a gravação de programas para serem exibidos posteriormente na grade de programação com redução de falhas em discursos e posturas.

Em “A história social da mídia”, Asa Briggs e Peter Burke afirmam que as diferenças locais de conteúdo e estilo de programação “foram ajudadas pelo avanço tecnológico relativo ao desenvolvimento do videoteipe magnético. Os programas de

televisão podiam agora ser transmitidos a qualquer tempo, de qualquer lugar” (Briggs; Burke, 2006, p. 235). Os autores citam mais adiante o exemplo de que já no final da década de 1950, “a televisão norte-americana exibia mais filmes (mesmo filmes antigos) do que programas ao vivo”.

Da mesma forma, o relato de Cesar (2008, p. 13-14) também valida a novidade: “Ah, o videoteipe! Mudou a história. Programas não precisavam mais ser ao vivo, facilitando, e muito, as gravações e regravações; e podiam ser reprisados. Isso impulsionou a história e mais emissoras foram inauguradas” (apud Abreu; Da Silva, 2012, p. 4).

É assim que o videoteipe facilita o trabalho em televisão e representa um dos mais importantes avanços para o veículo na história mundial. “Com o surgimento do *videotape*, para os programas de televisão, rompe-se a barreira dos estúdios e a televisão vai às ruas das cidades. Novas imagens podem ser capturadas e, literalmente, um mundo de possibilidades se abre à produção televisiva” (Abreu; Da Silva, 2012, p. 4). Certa vez, em artigo⁷⁰ escrito sobre televisão e cinema, Jorge Furtado afirmou que a televisão se apoderou da linguagem audiovisual e, a partir da sua realização no formato ao vivo, “transformou o espectador em testemunha”. Assim, a importante contribuição do videoteipe revela uma característica que veio fortalecer a indústria televisiva em uma atmosfera empresarial profissionalizada.

Diante do que representou o avanço técnico e tecnológico experimentado pelo novo veículo, certa vez, em 1950, um comentário do tabloide britânico *Daily Mirror* registrava: “Se você deixar um aparelho de televisão entrar por sua porta, a vida jamais será a mesma” (Briggs; Burke, 2006, p. 243). Mas certamente a maior das inovações do veículo ainda seria experimentada pelo grande público a partir do final da década de 1960 (em 1967, para Briggs e Burke) quando finalmente a efetivação de experimentos científicos veio a comprovar a possibilidade de se transmitir o conteúdo audiovisual em cores.

Até então o conteúdo transmitido pela televisão já assumia um caráter de

⁷⁰ FURTADO, Jorge. Disponível em: <https://www.nao-til.com.br/nao-74/furtado2.htm>. Acesso em 20 de fev. de 2023.

realidade, produzindo um sentimento de verdade, confiança e credibilidade perante os telespectadores. Entretanto, uma verdadeira transformação se instala quando as cores passam a fazer parte daquela caixa que já assumia uma aura mágica, tornando-se agora muito mais mágica, curiosa, bonita e encantadora perante a audiência, que a enxerga ainda mais real e aproximada do ambiente cotidiano.

As cores, o quarto elemento a caracterizar a mídia televisão, foi o último a chegar. Mas proporcionou uma revolução. Agora era necessário preparar a pele dos apresentadores, dos atores, das atrizes para a iluminação artificial dos estúdios. E as cores aplicadas aos cenários, que harmonizavam-se entre si. Os figurinos também precisaram ser repensados e testados. A cor trouxe vida e realidade às transmissões de TV (ABREU; DA SILVA, 2012, p. 5).

Conquistando seu espaço no mundo, gradativamente a televisão passa a ser considerada por intelectuais, como o sociólogo alemão Herbert Marcuse, como "o símbolo da sociedade de massa" (Cádima, 1995, p. 5). De fato, a sua característica popular vai assumindo um caráter massivo e evoluindo em seu aspecto geral (técnico, conteúdo, tecnológico e profissional) de modo a atrair cada vez mais audiência e atraindo públicos diversos em termos de classe social, gênero, faixa etária, localização, nível educacional e demais elementos demonstrados em pesquisas e levantamentos de institutos de pesquisa.

No caso brasileiro, existiu, durante décadas, uma espécie de *delay* - atraso - nas novidades em televisão. As pesquisas e avanços tecnológicos mais relevantes aconteciam, em sua maioria, nos Estados Unidos e em países europeus, fazendo com que cada inovação chegasse aos países menos desenvolvidos do continente americano com algum atraso comparado ao que já vinha ocorrendo nos países com maior investimento.

Dito isto, temos que a televisão surgiu no Brasil no ano de 1950, por iniciativa do poderoso empresário dono dos Diários Associados, o paraibano Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo. Após uma introdução lenta e tímida, a televisão brasileira foi passando por todos os processos e inovações insurgentes no mundo, que, por sua vez, ainda apresentava certa carência de recursos mais velozes e globalizados como existem nos dias atuais.

Com isso, a televisão brasileira, assim como a mundial, foi adquirindo pouco

a pouco as novidades do videoteipe (final da década de 1960), da televisão em cores (década de 1970), ampliando o número de emissoras, adquirindo mais profissionalismo e atraindo mais telespectadores, conforme os números registravam “um aumento contínuo na quantidade de residências com aparelhos de televisão, com 18.300.000⁷¹ aparelhos no Brasil, em 1980” (Carvalho, 2019, p. 80).

Nesse paulatino processo de aumento quantitativo de aparelhos nas residências do Brasil e do mundo, o público passa a experimentar uma certa “dependência” pela telinha, a exemplo de que já “em 1960 um japonês adulto gastava em média três horas e 11 minutos por dia assistindo à televisão, e as crianças gastavam um tempo ainda maior” (Briggs; Burke, 2006, p. 240 – 241). Fato corroborado por Brandão (2015), quando faz um salto para 1990 e relata que, com o aumento dos aparelhos nas residências, o fato de assistir televisão em público deixou de ser a fonte principal, como já fora em outros tempos, tornando-se uma fonte secundária; “talvez isto fosse um sinal de como as pessoas se tornaram dependentes da televisão, utilizando o dispositivo dentro e fora de casa” (Brandão, 2015, p.76).

Foi assim que surgiu a possibilidade de um sistema de televisão não gratuito, instalado a cabo e por assinatura nas residências a partir dos anos 90, que passaria a ofertar uma gama muito maior de canais como alternativa aos conteúdos fornecidos até então pela grade de programação das emissoras de canal aberto. A televisão paga por assinatura acabou por cativar inicialmente um nicho de mercado mais voltado para as classes A e B da população, tendo se popularizado posteriormente e ampliado sua quantidade de adeptos.

Ao passo que as pesquisas em tecnologia não param de avançar, a partir dos anos 2000, os aparelhos de televisão presentes na grande maioria dos lares, passaram a apresentar um aspecto mais moderno e sofisticado, com um *design* em tela fina e muito melhor qualidade de transmissão de imagem, através dos aparelhos com sistema de retroiluminação LCD (*Liquid Crystal Display*, sigla em inglês) e LED, ambas focadas em oferecer uma melhor resolução em imagem e menor consumo de

⁷¹ Fonte: ABINEE: Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletrônicos. In: MATTOS, Sérgio Augusto Soares. História da televisão brasileira – uma visão econômica, social e política. Petrópolis: Editora Vozes, 2ª edição, 2002, p. 83 e 84.

energia.

Com o advento cada vez mais veloz da internet desde o início dos anos 1990, a evolução do veículo televisivo se reflete, após a década de 2010, com a possibilidade da convergência digital, que consiste na conexão entre a televisão e outros aparelhos conectados à internet (computadores, *tablets*, *notebooks*, *smartphones*) e que vem operando com força no cenário mundial das telecomunicações.

Os canais abertos de televisão passam a contar com um importante aliado a partir da recepção do sinal digital. “A passagem da televisão analógica para a HDTV é uma mudança de grau, não de categoria: há mais pixels, o som é mais envolvente, as cores são mais vivas” (Brandão, 2015, p. 74). Isso significa não só uma redução, mas mesmo uma ausência de falhas, chuviscos, ruídos ou interferências nas transmissões, favorecendo em muito a resolução da imagem, a partir de um sistema de alta definição (HDTV, *High Definition Television*, em inglês).

Brandão explica que a TV digital transmite o áudio e o vídeo fazendo uso de sinais digitais que, quando codificados, “permitem um uso mais eficiente do espectro eletromagnético, devido ao aumento da taxa de transmissão de dados na banda de frequências disponíveis” (Brandão, 2015, p. 77 - 78). Sobre essa fase, temos que:

Na virada do século XX para o XXI, a televisão começa a ser pensada mundialmente numa perspectiva mais digital. (...) A população começa a adaptar-se com mais velocidade aos novos dispositivos eletrônicos e, assim, a televisão chega à fase da convergência e da qualidade digital, de 2000 a 2010. É um momento marcado pela modernização e ampliação do uso das novas tecnologias, em que começam a aparecer os aparelhos de televisão mais modernos, com tela de plasma, LED, LCD e com alta definição (HD) de som e imagem; o uso do celular digital portátil com várias funções e capacidade de recepção, portabilidade e armazenamento também fazem parte dessa fase (CARVALHO, 2019, p. 82).

Porém esse salto na qualidade que beneficia as emissoras de canal aberto veio em um momento em que houve um *boom* nos serviços oferecidos pelas plataformas de *streaming*⁷², que se trata de uma tecnologia que permite a transmissão de dados através da internet e possibilita o acesso *online* a conteúdos em qualquer dispositivo conectado, ou, de acordo com Santos (2012), *streaming* pode ser o “sistema onde os arquivos de áudio e vídeo são recebidos pelo utilizador

⁷² *Streaming* = Transmissão.

em tempo real, à medida que vão sendo exibidos” (Santos, 2012, 80).

A evolução tecnológica trouxe “as *Smart TVs*, que permitem o acesso à internet e a utilização de aplicativos; mais recentemente, também foram lançadas as TVs Full HD e Ultra HD, conhecida como 4K, contendo quatro vezes mais pixels na tela” (Nogueira, 2016, p. 10). Toda essa experiência aumentou em muito a escala de oferta de programas, filmes e séries por demanda, numa perspectiva mais personalizada de consumir os conteúdos televisivos.

Esta era contemporânea da poderosa conjugação entre televisão e internet, que vem sendo utilizada pelas diversas categorias televisivas, oferecendo uma possibilidade de mercado cada vez mais ampla com uma cartela infinita de escolhas de produtos televisivos ao público consumidor é o que vamos discutir no tópico seguinte, destacando os canais de TV digital e de TV convencional.

5.1 TV Tradicional x TV Digital (Web Tv): Facetas e Singularidades

Como vimos, a constante evolução tecnológica mundial foi a responsável por uma série de avanços e inovações empregadas nos meios de comunicação, principalmente na televisão. Com efeito, o já complexo veículo passou a oferecer possibilidades outras ao seu público consumidor. É completamente compreensível, por exemplo, que um cidadão telespectador da chamada TV tradicional, padronizada, de canal aberto, no sistema preto e branco das décadas de 1950 e 60 considerasse inimaginável a imensidão da capacidade de transmissão da televisão do século XXI e as inúmeras experiências vivenciadas pelos cidadãos deste século.

Essa diferença decorre principalmente do fato de que as velhas mídias estão baseadas na lógica de mensagem de um para todos, ou melhor, unidirecional, que vai somente na direção do emissor para os receptores; enquanto que nas consideradas novas mídias, a mensagem está baseada no sistema em que muitos falam com muitos e ainda há a possibilidade de receber uma resposta de volta. Quer dizer, “trata-se de um novo processo comunicativo, onde a tríade ‘emissor – mensagem – receptor’ já não mais representa a complexidade do processo, mesmo que se leve em conta os fatores psicológicos e/ou sociais” (Gobbi, Kerbauy; 2010, p. 24).

Somente isso faz com que se oportunize uma ampliação da participação da sociedade civil de tal forma que ela passe a assumir uma postura muito mais ativa também em termos de produção de conteúdo; uma condição que não era permitida pelas mídias tradicionais, que antecederam a era da disseminação da internet.

A novidade na dimensão da nova mídia é exatamente o movimento inverso das mídias tradicionais: enquanto antigamente tínhamos uma mídia unidirecional, com produção e difusão a partir de uma única fonte centralizada, as novas tecnologias permitiram o surgimento de novas mídias interativas e descentralizadas. Vemos aqui o rompimento com uma das principais características da comunicação de massa, a tradicional comunicação unidirecional, e temos o surgimento da comunicação com uma interação plural (FIGUEIREDO, 2013, p. 28).

A verdade é que a introdução das novas mídias trouxe um largo senso de democratização quanto à utilização dos meios de comunicação, uma vez que abriu caminhos para o acesso, para a produção e para uma interação de mão dupla aos mais diversos tipos de conteúdos.

Porém, é evidente que a exclusão digital ainda existe, principalmente no sentido de falta de acesso a equipamentos adequados ou à conexão de qualidade, e ainda devido a certo desinteresse por parte de alguns setores da população. De acordo com a pesquisa TIC Domicílios 2022⁷³, desenvolvida pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação, somente no Brasil, 36 milhões de pessoas não são usuárias da internet.

É possível dizer, por exemplo, que a exclusão digital prevalece entre parte da população idosa, que, provenientes da era analógica de comunicação, não possui familiaridade com os recursos tecnológicos disponíveis na atualidade quando comparados às gerações mais recentes e, portanto, necessitam dispor de certo período de aprendizagem e adaptação. Com isso, é notório que:

O perfil do telespectador mudou, agora ele está conectado, imerso em uma irradiação viral de signos, informações e mensagens que comunicam a todo instante e por consequência, seu modo de ver televisão, também está mudando drasticamente (GALVÃO, 2007, p. 6).

⁷³ Fatores como Preço (28%), falta de habilidade com computador (26%), falta de interesse (16%) e falta de necessidade (7%) são alguns dos motivos para a falta de acesso à internet apontados na pesquisa, divulgada em maio de 2023. Disponível em: <https://www.educamaisbrasil.com.br/educacao/noticias/exclusao-digital-36-milhoes-nao-acessaram-a-internet-em-2022>. Acesso em: 25 de jul. de 2023.

Antes, porém, de prosseguirmos com a análise, é importante esclarecer algumas questões conceituais e linguísticas, em razão de que há termos que, vez por outra, podem causar certas confusões interpretativas sobre a temática, já que muitas são as expressões que podem ser utilizadas para tratar da televisão em suas variadas fases ou períodos.

Porém, provavelmente em razão da revolução comunicativa ocorrida a partir da transição do sinal analógico para o digital ao longo dos anos 2000, algumas das classificações mais utilizadas para diferenciar os dois modelos de transmissão tem sido “TV convencional”, “TV aberta”, “Velha mídia”, “TV padrão”, “TV offline”, “TV tradicional” e suas variações para se referir à televisão analógica. Já para o modelo de televisão não analógico pode ser “TV Digital”, “WebTv”, “TV Social”, “TV Online”, também com suas derivações para designar o novo jeito de fazer e consumir televisão a partir da transmissão do sinal digital.

Dito isto, podemos dar continuidade às facetas e singularidades dos dois modelos televisivos que nos interessa neste capítulo. Pela via cronológica do veículo, devemos dar início pela “TV Tradicional”, optando por usar essa nomenclatura porque parece mais alinhada à ideia de introdutório, clássico, aceito e permanente no tempo; da mesma forma que “TV Convencional”. Esta televisão considerada tradicional, obviamente é assim chamada porque surgiu e continuou intacta (em termos de suas lógicas operacionais com transmissão do sinal analógico) durante um longo período, o que não significa que não tenha sofrido outros tipos de alterações importantes técnicos e tecnológicos com o passar do tempo, conforme já demonstrado no tópico anterior.

5.1.1 TV Tradicional

Convencionalmente, a TV tradicional pode ser considerada como aquela que nasce com o surgimento do invento televisivo e está muito associada à sua capacidade de transmissão de natureza analógica. No dicionário da língua portuguesa Michaelis⁷⁴, a definição física do termo analógico se apresenta como

⁷⁴Definição disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=anal%C3%B3gico>. Acesso em: 12 fev. de 2023.

“uma grandeza física medida por uma função contínua ou de um sinal cujas variações são contínuas”.

Já a compreensão técnica sugerida pelo dicionário online de português⁷⁵ classifica a televisão como a “transmissão à distância, por via elétrica, de imagens não permanentes de objetos fixos ou móveis”, ou ainda como o “aparelho receptor dessas imagens”, se referindo àquilo que passou a ser, após o seu barateamento e consequente popularização, um dos principais eletrodomésticos presente nas residências.

Mas o conteúdo exibido pela experiência audiovisual o fez tornar-se mais que um eletrodoméstico, sendo uma companhia presente no cotidiano dos receptores.

Com a franca evolução das telecomunicações através de soluções de engenharia, já era possível transmitir som e imagem pelo ar de atingir toda aquela população atendida pelo rádio. Esta nova ferramenta abriria inúmeras possibilidades de criação de conteúdo e mudaria ainda mais a rotina e o comportamento das famílias (LEITE, 2018, p. 29).

O estudioso em televisão, Arlindo Machado, na difícil busca por definir a televisão, conceituou-a da seguinte maneira:

Televisão é um termo muito amplo, que se aplica a uma gama imensa de possibilidades de produção, distribuição e consumo de imagens e sons eletrônicos; compreende desde aquilo que ocorre nas grandes redes comerciais, estatais e intermediárias, sejam elas nacionais ou internacionais, abertas ou pagas, até o que acontece nas pequenas emissoras locais de baixo alcance, ou o que é produzido por produtores independentes e por grupos de intervenção em canais de acesso público (MACHADO, 2014, p. 19).

A audiência, baseada na unidirecionalidade, característica da televisão tradicional e analógica, assimilava, de acordo com a experiência individual de cada um, a programação advinda com uma técnica específica, um sistema em preto e branco e uma linguagem própria.

As transmissões iniciais se davam em preto e branco através do sinal de luminescência durante a varredura das linhas horizontais, e controlava a intensidade da iluminação em cada linha, transmitindo uma tensão positiva para o branco e zero volts para o preto (LEITE, 2018, p. 29 - 30).

Entretanto, nesse sistema de transmissão algumas falhas eram previsíveis.

⁷⁵ Disponível em: <https://www.dicio.com.br/televisao/>. Acesso em: 12 fev. de 2023.

Tecnicamente, Santos (2012) esclarece sobre o processo de transmissão analógico do modelo de TV tradicional.

Como nas transmissões analógicas o sinal elétrico é difundido de forma contínua, em tempo real, basta um simples obstáculo entre o emissor e o receptor para que a qualidade do que vamos assistir fique afetada. Um prédio ou uma montanha podem refletir o sinal e gerar os “fantasmas” na imagem. Máquinas ligadas perto do receptor podem prejudicar a onda, etc (SANTOS, 2012, p. 63).

Era assim que cada indivíduo consumia os conteúdos televisivos de modos diversos, muitas vezes apenas ouvindo o áudio enquanto se distraía em outras atividades, da mesma forma que se consumia o rádio anteriormente, dando a notar uma menor necessidade de atenção dada à televisão quando comparada com o cinema, por exemplo. Mas, posteriormente, com a novidade das cores na televisão, muitos experimentaram assisti-la sentados diante da tela.

A chegada das cores na televisão estava intimamente ligada a evolução do entendimento biológico da visão humana, onde se constatou que nossa percepção de imagem leva muito mais em consideração o contraste do preto e branco do que a de cores. Esta informação foi utilizada ao se adicionar o sinal de crominância, que trazia a informação de cores da imagem, que utilizava muito menos da banda do que a luminescência (LEITE, 2018, p. 30).

Importante pontuar que, mesmo com a possibilidade das cores, a televisão não alterou o seu sistema de transmissão, permanecendo no analógico, tendo apenas adicionado o sinal de crominância para identificar e diferenciar as cores; por isso ainda ficou caracterizada como TV tradicional. Leite (2018) ainda explica que no sistema de cores em televisão, os padrões são variados de acordo com cada país, tendo sido definidos em três formatos: PAL (*Phase Alternating Line*), NTSC (*National Television System Committee*) e SECAM (*Séquentiel Couleur a Mémoire*). E acrescenta:

A resolução da televisão analógica foi padronizada a 625 linhas a 50 Hz de taxa de atualização da tela e 525 linhas a 60 Hz e eram transmitidos através do padrão CVBS (*Color Video and Blanking Signal*) que existe até nossos dias, comumente conhecido como A/V que utiliza um cabo com três conectores, um para vídeo (normalmente amarelo) e outros dois para os dois canais de áudio (normalmente vermelho e branco) (LEITE, 2018, p. 30).

Outro ponto que trata das restrições tecnológicas do sistema comunicativo no modelo de televisão analógico é a questão da (falta de) interatividade entre

produtores e receptores. Era algo praticamente inexistente durante a maior parte do tempo; passando a ser possível no Brasil somente a partir da década de 1990, e somente em alguns programas específicos, que permitiam a intervenção do público indiretamente, desde que fizesse uso de um terceiro meio de comunicação, a partir de chamadas telefônicas, fax ou e-mail, os dois primeiros antes da chegada da internet.

A interação acontece de forma mais intensa quando permite que os telespectadores possam assisti-los pela televisão da forma tradicional, mas também quando eles podem acompanhá-los via internet através do *site*, nos celulares, *tablets*, *notebooks*, dentro dos veículos em deslocamento e nos demais dispositivos ou plataformas digitais; e junto a isso, acompanhar e interagir também por meio das páginas oficiais dos programas e emissoras nas redes sociais, por meio do serviço de telefonia para entrar em contato com a produção, dar sugestões e opiniões, tomar decisões com impacto direto sobre o andamento dos programas, como votações abertas ao público que podem definir o resultado final de algum quadro específico de tais programas (CARVALHO, 2019, p. 83-84).

Acessibilidade, mobilidade e interatividade eram palavras que não faziam parte do universo televisivo tradicional. O Brasil e o mundo ainda não tinham despertado para questões como essas entre as décadas de 1950 até pelo menos 1990, nem mesmo a tecnologia disponível a esta altura não se permitia trabalhar em soluções para essas matérias, sendo possível interagir somente com o aparelho televisor em si nas funções de ligar, desligar ou trocar de canal.

Mesmo com estas carências sociais e estruturais, a televisão, ainda no seu sistema analógico, devido à sua popularidade, inegavelmente contribuiu enormemente para uma profunda alteração no tecido social, convencendo aos poucos a população de ser um poderoso instrumento diário de influência nos comportamentos, nas atitudes, nos modos de ser e de vestir do público.

Certa vez, Cashmore disse que “podemos olhar para trás e reconhecer a televisão como a invenção que refletiu, moldou e recriou a cultura do século XX” (Cashmore, 1998, p. 111). E, contribuiu, deste modo, para a construção de debates acalorados na esfera pública, instigados por temáticas, personalidades e personagens polêmicos exibidos na programação da telinha.

Ou seja, no sentido técnico e tecnológico do termo, de fato a TV tradicional não tinha capacidade de permitir uma interação bidirecional com a audiência;

entretanto, através dos diversos conteúdos transmitidos na sua programação linear, a TV indiretamente exortava uma série de debates entre o seu próprio público, por ter se tornado “o meio preferido pelos cidadãos de todas as partes do mundo para ocuparem, diariamente, grande parte do seu tempo livre com os programas mais do seu agrado” (Cádima, 1995, p. 1), fazendo-a manter-se sempre em evidência entre a população. Com base nisso, o instrumento televisivo tornou-se um incontestável fenômeno sociocultural que construiu uma nova cultura comunicacional e adquiriu profunda conexão com a cultura popular e com a diversidade temática de interesse da sociedade civil.

Apesar de sua incrível penetração no cotidiano da população com a potente novidade da conjugação entre som e imagem, a TV analógica desconhecia a função multimídia, pois todas as informações transmitidas somente no modo analógico impossibilitava a capacidade de convergência e interação com outros meios de comunicação; aliás, era algo que sequer se comentava à época.

O conteúdo multimídia é capaz de armazenar, transportar e distribuir os mais diversos tipos de conteúdos do contexto audiovisual, tais como áudio, vídeo, dados, voz e texto dentro dos mesmos dispositivos para outros aparelhos que tenham a mesma capacidade operacional (CARVALHO, 2019, p. 84).

Outra característica da TV tradicional é que, como não há capacidade multimídia, a sua disponibilidade de transmissão estava simplesmente condicionada à exibição de canais com concessão pública, ou seja, reduzida às emissoras de canal aberto, com suas grades de programação verticalizadas, fixas, lineares e vinculadas aos dias e horários estabelecidos, sem possibilidade de escolhas por parte da audiência. De acordo com Brandão (2015):

Até 1995, por exemplo, o telespectador consumia o conteúdo da TV de uma única maneira, ou seja, através de um aparelho com alguns canais disponíveis. Não havia uma grande variedade de escolha em relação ao que assistir, tanto em termos de canais quanto em termos de programação. Os consumidores eram considerados passivos, previsíveis, isolados e ficavam onde mandavam que ficassem (BRANDÃO, 2015, p. 91).

Com isso, o indivíduo que consumia o conteúdo televisivo convencional estava sujeito a estar inerte e impotente diante da sua condição de telespectador, isso trazia uma posição de passividade do público com relação a estar simplesmente absorvendo as informações recebidas através da telinha. Ocorre que essa

característica deixou de ser uma opção confortável para os consumidores do século XXI, que conta com uma tecnologia capaz de desenvolver novos equipamentos e aperfeiçoar os aparatos já existentes.

O modelo linear, de conteúdo programado para ser exibido com hora certa e data marcada perde espaço para o conteúdo disponibilizado sob demanda (on-demand), disponível a todo o tempo, a toda hora, de acordo com a vontade do usuário-consumidor (GALVÃO, 2007, p. 16).

Resumidamente, a conceituação de televisão tradicional está muito vinculada com o seu sistema de transmissão analógico, baseado em um sistema mais fechado e limitado, que oferece poucos recursos tanto para os produtores quanto para os consumidores, uma vez que, quantitativamente, se limita aos conteúdos exibidos na grade de programação vertical dos canais abertos convencionais de concessão pública, e qualitativamente também se limita a uma transmissão mais passível de interferências na imagem e no som.

A interatividade é nula, estando sempre condicionada à mediação de um terceiro meio de comunicação para se obter algum contato com os produtores da programação, não há capacidade multimídia, sendo um veículo “solitário”, que não conversa com outros, sendo a inércia e passividade do telespectador a respeito da sua capacidade de escolha de programação plenamente sentida diante do aparelho televisor devido propriamente à unidirecionalidade do meio.

5.1.2 TV Digital

A TV Digital surge mais potente no início do século XXI e quebra muito com a limitação oferecida pela TV tradicional, uma vez que apresenta soluções operativas capazes de romper com a sequência de restrições apresentadas pelo meio, considerando que “há duas grandes vantagens na codificação digital, em relação à analógica: é menos suscetível às falhas e pode ser compactada, ocupando, assim, menos espaço no canal de transmissão” (Santos, 2012, p. 63).

O cenário televisivo otimista e inovador permite pensar que “o sistema digital ‘todos-todos’ rompe barreiras, influencia, condiciona e modifica comportamentos cristalizados pelas mídias tradicionais” (Meyer, 2013, p. 61). Ela possibilita, por exemplo, recursos em que já não se faz mais necessário “terceirizar” outros meios

de comunicação para que o telespectador consiga ter uma espécie de interação e/ou domínio sobre o meio.

Tudo isso é permitido muito em razão dos processos de convergência digital, em que as diferentes mídias passaram a não se encontrar mais em condição isolada e puderam dialogar entre si, “mostrando que a televisão na internet é um reflexo da união de diversos meios de comunicação” (Bittencourt, 2010, p. 47). Trata-se, a convergência, de um processo em que há a capacidade de penetração de uma mídia em outros suportes, adaptando-os, em um exercício de intercruzamento entre veículos midiáticos. Sobre a relação da convergência com a digitalização da TV, Kilpp observa que:

A digitalização da TV está se fazendo acompanhar de sua inscrição no processamento da convergência dos meios. A convergência, até agora, tem sido mediada largamente pela Internet, e, a partir dela, para os dispositivos móveis – e de volta às mídias *off-line*. Isso significa que a digitalização vem incluindo – nas velhas e nas novas mídias emergentes sob a convergência – novas molduras e moldurações dos teores veiculados nos cada vez mais diferentes suportes usados para sua espectação (KILPP, 2016, p. 55).

Com relação a esse processo, o pesquisador Amadeu (2008) considera que:

A arquitetura unidirecional dos fluxos de informação dos *mass media* é alterada para uma arquitetura distribuída, com conexões multidirecionais entre todos os nós, formando um ambiente de elevada interatividade e de múltiplos informantes interconectados (AMADEU, 2008, p. 32).

Também em 2008, Teixeira afirmava que estávamos vivendo um período marcado pela migração digital, em que a evolução tecnológica nos empurrava para experimentar outros modelos de processos comunicativos:

Onde praticamente todo conhecimento humano que antes se articulava em distintos códigos e suportes analógicos migram para uma plataforma de base comum, os dígitos zero e um. No contexto da convergência tecnológica, o audiovisual também converge linguagens e tem ampliadas suas possibilidades de produção, distribuição, usos e consumo (TEIXEIRA, 2008, p. 21).

Ou seja, um novo mundo se abre sob a perspectiva comunicacional, pondo à disposição uma distribuição infinita de produtos com a qual o público ainda não estava acostumado e precisava passar por um processo de adaptação para lidar com as novidades. Para compreender melhor a TV Digital, temos a seguinte conceituação:

A TV Digital se define basicamente por sua tecnologia, operando toda informação em linguagem de zeros e uns. Essa redução que revoluciona o modo como nos comunicamos hoje, transforma a emissora de televisão em uma espécie de servidora de dados digitais abastecendo os receptores/decodificadores com um audiovisual de melhor qualidade e possivelmente, aplicativos interativos (TEIXEIRA, 2008, p. 22).

Neste cenário, está claro que a tecnologia trouxe impactos que afetaram diversos setores da comunicação, desde o aparelho televisor até as emissoras, a programação, os aplicativos, as plataformas de *streaming* e etc.

Não obstante ainda futurista, a idéia de uma nova cultura comunicacional e da juventude, resultado da convergência das mídias mais tradicionais como o rádio e a televisão, aliadas ao grande poder da internet, se torna real. Este complexo de comunicação, que podemos chamar de “comunicação digital”, estará à mercê das forças do mercado consumidor, que é fundamentalmente dirigido por essa geração tecnológica digital (GOBBI, KERBAUY; 2010, p. 24).

Sobre o processo de transmissão digital, Santos (2012) explica a diferença da mensagem analógica para a digital, pois esta não possui sinal contínuo, mas se forma por símbolos, dispostos de forma sequencial. Então, esse contexto digital propiciou a introdução de uma nova modalidade de emissora: a TV na web; que se configura em um canal de conteúdo televisivo disponível na rede de internet, que facilitou os processos midiáticos e adquiriu espaço para a inclusão de canais alternativos para exibição e consumo de conteúdos segmentados ou não, mas disponíveis nas plataformas digitais.

Hoje, o telespectador tem a possibilidade de ser um usuário ativo de múltiplos dispositivos conectados, passando a decidir quando e como ele vai consumir a informação da TV, que passou a ser distribuída pela internet através de computadores, *smartphones*, *tablets*, etc., em uma escala e velocidade sem precedentes. Os consumidores passaram a ser considerados ativos, mais conectados socialmente, migratórios e itinerantes - livres de compromissos, indo aonde os seus desejos os levarem e determinando como assistem à televisão (BRANDÃO, 2015, p. 92).

Isto significa que desde que a TV digital passou a ser uma realidade modificou muita coisa em termos de produção e consumo numa perspectiva mundial. Os canais independentes apareceram, novas possibilidades foram sendo abertas e outros caminhos foram descobertos nos modos de fazer e assistir televisão. Dentro desse cenário, agora digital, a nova concepção televisiva lançada de WebTV, podendo receber também a denominação de TV Online, pode ser definida da seguinte forma:

A WebTV nada mais é do que a conversão do conteúdo da televisão para a internet. Desta forma, é possível que o telespectador/usuário possa assistir a programas com o formato televisivo a partir do seu computador, com uma interatividade maior do que a proporcionada pela televisão atual (RIBEIRO, 2009, p. 7).

Isto significa que essa televisão online pode ser entendida como um conteúdo televisivo que possui distribuição digital através da rede mundial de computadores e pode ser acessada de qualquer plataforma que receba o sinal de internet. Trata-se de um modelo que se diferencia dos outros sistemas de televisão anteriores que usavam a transmissão por satélite, cabo ou antena.

A autora Kilpp (2016) explica que antes do advento da televisão digital, a produção no modelo televisivo tradicional estava sujeita a um padrão corporativo centralizado em emissoras cabeças de rede nacionais, que comandavam e direcionavam as diretrizes para a execução dos trabalhos das emissoras locais e regionais vinculadas a elas, o que diverge fortemente dos modos de produção, distribuição e consumo da WebTV.

Com a mesma natureza pública, aberta e colaborativa da Internet, a WebTV potencializa uma revolução na produção, distribuição e consumo de informações através de construções coletivas na web, compartilhando com o próprio usuário a função de produzir e distribuir informação, descentralizando o foco das discussões do meio para o conteúdo e promovendo um amplo acesso aos fluxos informacionais (RIBEIRO, 2009, p. 1).

Porém, após a digitalização da TV surgir como uma tendência global, o mesmo padrão aplicado com as emissoras nacionais passou a ser replicado em uma perspectiva internacional. “Atualmente, está em curso um fenômeno (que apenas parece ser) diverso, no qual agora é a vez de os poderes nacionais serem sujeitados aos poderes globalizados” (Kilpp, 2016, p.52). Ou seja, as emissoras ficam condicionadas às tendências de mercado oferecidas pelas emissoras de televisão online, pois pelo fato delas serem transmitidas pela internet, assumem uma capacidade de acesso e visibilidade superior, ao superar as barreiras geográficas regionais e nacionais e estando disponível globalmente. Kilpp defende:

Acreditamos que a migração do analógico ao digital é uma mudança tecnológica necessária, a qual, no entanto, na globalização desenfreada e descontrolada a que assistimos hoje, incide inercialmente e em demasia sobre políticas públicas e sobre grandes arranjos que as empresas precisam realizar para sua inserção nesse contexto expandido. Desde tal perspectiva, faz-se mais uma vez necessário refletir sobre o embate travado

internamente na comunicação midiaticizada, agora entre o mercado regional/nacional (ao qual associamos a TV *off-line*) e o global (ao qual associamos a TV *on-line*) (KILPP, 2016, p.52).

Na mesma linha de pensamento, Bittencourt (2010) compreende que a partir do momento em que a televisão passa a operar em uma perspectiva digital, “não se trata mais de uma região, um país ou continente e sim uma dissipação mundial de informações por tempo indeterminado” (Bittencourt, 2010, p. 48). Essa promoção de quebra nas barreiras fronteiriças faz uma enorme diferença na incorporação de novos hábitos e comportamentos porque proporciona transformações de cunho culturais, mercadológicos, sociais e tecnológicos, abrindo novas possibilidades de negócios.

O que se apresenta é uma tendência ao global nos diversos níveis de interesse, sejam econômicos, políticos ou sociais, visto que gera maior tempo e probabilidade de aplicações por parte empresarial, tanto pela facilidade e mobilidade, quanto pela audiência espalhada por horários variados, ficando os conteúdos disponíveis para todo o mundo (BITTENCOURT, 2010, p. 48).

Dentro desse cenário, assimilamos que a TV Digital oferece um mundo de possibilidades para a construção de padrões televisivos numa escala global. É então nesse contexto que podemos sinalizar, de forma resumida, que a TV Digital consiste na concentração das seguintes características: multidirecional, convergente, multimidiática, capaz de armazenar e filtrar dados, desempenha a função de fonte de informações, funciona como uma espécie digital de biblioteca audiovisual, possui acessibilidade, disponibilidade permanente de conteúdos, democratização digital com conteúdos colaborativos, oferece uma programação horizontal, não-linear e sob demanda, tornando o telespectador muito mais ativo e com liberdade de consumir seus conteúdos de acordo com sua rotina individual.

5.2 As emissoras: *TV Verdes Mares* e *Braga TV*

5.2.1 *TV Verdes Mares*

A TV Verdes Mares (TVM) é uma emissora de televisão cearense que completou 53 anos de existência no ano de 2023, tendo iniciado sua trajetória em 31 de janeiro de 1970, exatamente no período em que o veículo televisivo se popularizava no Brasil como um dos principais meios de comunicação de massa. Dada a sua longa trajetória, iniciada na década de setenta e atuante até hoje, a

emissora passou pelo processo de transição do sinal analógico para o digital e hoje opera acompanhando o processo de convergência midiática.

No ano celebrativo de 2023, a emissora produziu *cards* e vídeo institucionais, apresentando uma série de elementos pertencentes à cultura cearense e nordestina para registrar os seus 53 anos de existência no estado, conforme se pode verificar na imagem do *card* abaixo, enquanto a narração do vídeo⁷⁶ produzido revela:

“Todos os dias damos o melhor: aprendemos, compartilhamos, crescemos! A todo o momento levamos alegria, emoção, cultura. Ano após ano, percebemos que juntos somos mais fortes. TV Verdes Mares, há 53 anos vivendo o Ceará com você!” (TVM, 2023).

Figura 6 - Logomarca comemorativa dos 53 anos da TV Verdes Mares

⁷⁶ Vídeo institucional comemorativo dos 53 anos da TV Verdes Mares. Disponível em: https://www.behance.net/gallery/162754181/TV-Verdes-Mares-53anos?tracking_source=search_projects_recommended%7CTV+Verdes+Mares. Acesso em: 14 mar. de 2023.

regionalização da televisão, só ocorreram em fins da década de 1960 e início de 1970, justamente com a instalação de emissoras em outras regiões brasileiras.

Dito isto, temos na região Nordeste o surgimento da emissora TV Verdes Mares na década de 1970, instalada em Fortaleza, capital do estado do Ceará, como resultado desse processo de descentralização e também fruto de interesses mercadológicos na busca por novos nichos de audiência, por parte da emissora cabeça de rede, Rede Globo de Televisão, de quem ainda hoje a TVM é afiliada⁷⁷ no Ceará.

O processo de descentralização midiática através da descoberta das potencialidades regionais não deixa de fazer parte de táticas empresariais para conquistar novos nichos destinados ao mercado cultural, visando assegurar o consumo desses grupos em prol de produtos com alto grau de rentabilidade no universo corporativo (CARVALHO, 2019, p. 107).

Antes, porém, a emissora local pioneira que antecedeu a TVM em solo cearense foi a TV Ceará (TVC), canal 2, instalada em novembro de 1960, como afiliada da TV Tupi, associada ao grupo Diários Associados. Inicialmente amadora, a TVC foi evoluindo e resistiu no ar até 1980, quando encerrou suas atividades. Posteriormente à instalação da TV Verdes Mares em 1970, outras emissoras foram inauguradas no estado, a exemplo da TV Cidade, nos anos 1980, seguida da TV Jangadeiro, na década de 1990; todas ainda em funcionamento e também vinculadas a emissoras nacionais cabeças de rede, Record TV e SBT, respectivamente.

Nesse contexto, a TVM surge em 1970 já com os avanços técnicos realizados no meio televisivo até então, “quando da inauguração oficial, em 31 de janeiro de 1970, da *TV Verdes Mares*; que a propósito, é hoje um grupo consolidado e tradicional no estado, atuando como emissora afiliada da Rede Globo e que compreende o complexo empresarial” (Carvalho, 2019, p. 95).

Superados os desafios iniciais de improviso enfrentados pela TV Ceará, a TV Verdes Mares surge mais profissionalizada, com mais técnicas e recursos

⁷⁷ Sistema de afiliação televisivo no Brasil significa que uma emissora regional faz parte de um grupo de comunicação principal a nível nacional. Sua função é retransmitir a programação da emissora líder, mas também possui abertura em algum espaço na grade, determinado pela dirigente, para produção própria de programação. No caso da Rede Globo, a emissora possui 116 emissoras afiliadas no Brasil.

sofisticados disponíveis a cada período. Apoiada, somente a partir de 1974 com a sua filiação oficial, pelo importante suporte oferecido pela Rede Globo de Televisão, mas ficando também condicionada às exigências e deliberações provenientes dela. Vejamos:

Nas décadas de 1960 e 1970, consolida-se a Rede Globo de televisão, hoje uma das maiores redes de televisão abertas do mundo, incorporando, em 1974, a *TV Verdes Mares*, que a partir de então se adapta ao “padrão globo” de qualidade (SOUSA, 2008, p. 35).

Importante ressaltar que, mesmo vinculada à cabeça de rede nacional TV Globo; no Ceará, a TVM pertence a um importante grupo empresarial atuante não apenas no ramo de comunicações, mas operante também em diversas frentes industriais de negócios alimentícios, energéticos, educacionais, dentre outros.

O Grupo Edson Queiroz se caracteriza como um conglomerado e *holding*⁷⁸ industrial de natureza heterogênea, que possui destaque nas comunicações, sendo proprietária de um dos principais jornais impressos do estado (Diário do Nordeste), de um conjunto de emissoras de rádio e televisão no estado (Verdinha FM, FM 93, TV Verdes Mares Cariri, TV Diário, TV Verdes Mares) e *sites* de internet (G1 Ceará, GE Ceará); todos esses meios compõem o Sistema Verdes Mares (SVM) de Comunicação.

Inserida nesta realidade industrial e corporativa, a convergência midiática faz parte da TV Verdes Mares, que possui perfis oficiais em redes sociais, a exemplo do *Instagram*, onde possui 603 mil seguidores⁷⁹. Porém a sua programação é concentrada na TV aberta, onde “apesar dos avanços tecnológicos, as redes de televisão aberta não permitem que o telespectador escolha o horário de sua preferência para assistir a seu programa predileto” (Souza, 2004, p. 57). Possui produção própria exibida pelo sinal digital, mas é encaixada na grade da TV aberta de acordo com os horários predeterminados pela Rede Globo porque, na condição de afiliada, ocupa a sua mesma frequência de canal (10) exibido no aparelho

⁷⁸ No âmbito empresarial, *holding* possui a função de gerir ou administrar empresas diferentes pertencentes a um mesmo grupo corporativo.

⁷⁹ Dados de março de 2024.

televisor. Assim, a emissora atua praticamente em duas categorias⁸⁰ principais: informação e entretenimento.

Podemos afirmar que a TV Verdes Mares se caracteriza como uma emissora de televisão regional de canal aberto porque apresenta os elementos específicos para esse tipo de categorização, como exemplo a linguagem utilizada e o conteúdo exibido em sua programação, onde é comum os apresentadores utilizarem uma linguagem simples, coloquial, bem humorada e cada vez mais regionalizada, identificada com o cotidiano do público cearense, característica das emissoras de televisão regionais.

A TV regional pode servir para desenvolver as características culturais de cada comunidade, combatendo uma homogeneização que poderia ser causada pelas grandes redes de comunicação. Retratar os assuntos locais, proporcionando aos telespectadores acompanhar também o que ocorre no país e no mundo, é a possibilidade que uma emissora regional, afiliada a um canal nacional, fornece ao seu público, mediante a união das duas programações (FABBRI JUNIOR, 2006, p. 6).

Realçamos, antes de concluir, que a regionalização oferecida pela emissora atende à determinação constante na Constituição Federal Brasileira, vigente desde 1988.

A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

(Artigo 221, incisos II e III da Constituição Brasileira de 1988.).

É desse modo, portanto, que a TV Verdes Mares vem se desenvolvendo há 54 anos em canal aberto no estado do Ceará e aperfeiçoando a sua capacidade de produção própria; utilizando técnicas, equipamentos e recursos humanos profissionalizados, com critérios de qualidade em nível industrial, prezando pela informação, linguagem, conteúdo e identidade regional, compondo, assim, o perfil próprio de emissora de TV de modelo tradicional de canal aberto.

⁸⁰ Para Souza (2004), a classificação dos conteúdos televisivos se dá em categorias, gêneros e formatos; sendo 5 categorias: Entretenimento, Informação, Educação, Publicidade e Outros.

5.2.2 Braga TV

Diferentemente do histórico da TV Verdes Mares, o canal Braga TV já nasce em uma era marcada sob o signo da digitalização, em que a televisão já estava consolidada como um dos principais meios de comunicação de massa. Além disso, nasce também já com a consolidação da internet, e marcada pela geração que pode ser considerada como “aquele grupo que nasceu sob o signo da internet e hoje são autores e produtores da sociedade digital” (Gobbi; Kerbauy, 2010, p.25), o que configura um cenário bastante distinto das experiências vivenciadas pela TV Verdes Mares.

Em Portugal, a televisão surgiu igualmente na década de 1950, tendo realizado a sua primeira transmissão em 1956, de modo experimental, e somente no ano seguinte passou a contar com transmissões regulares. Portugal, portanto, acompanhou os processos mundiais de evolução do meio televisivo em uma escala temporal mais ou menos parecida com os avanços ocorridos no Brasil e em outros países discutidos anteriormente. No intuito de evitar repetições e focarmos na diversificação, fazemos um salto já para os anos 1990, quando o país operacionalizava canais de televisão públicos e privados, no sistema pago por assinatura, até alcançar a era da TV digital.

Antes, no entanto, pontuamos que atualmente, o país conta, em âmbito nacional de sinal aberto, principalmente, com quatro canais generalistas públicos, representados pela Radiotelevisão Portuguesa (RTP 1, 2, 3 e RTP Memória), e outras duas principais cadeias de âmbito privado, representadas pela Sociedade Independente de Comunicação (SIC) e Televisão Independente (TVI).

De acordo com Santos (2012), o sistema digital de televisão “foi popularizado a partir do momento em que *sites* como YouTube (www.youtube.com) possibilitaram que o usuário publicasse os seus vídeos gratuitamente” (Santos, 2012, p. 80), e essa facilidade contribuiu para que, a partir de 2005, houvesse uma significativa ampliação de canais individuais e o conseqüente aumento de visibilidade a iniciativas independentes através da internet. Para o autor, esse fenômeno representou o gatilho para uma posterior implantação das televisões virtuais, ou Web TVs, porém considera que “os principais desafios da Web TV são

justamente garantir uma boa imagem e uma velocidade de transmissão adequada” (Santos, 2012, p. 80).

Ainda que se tenham desafios, como há em qualquer tipo de empreendimento, o autor explica que devido ao custo relativamente baixo em comparação aos outros formatos televisivos, “a *Web TV* tornou possível a qualquer pessoa, empresa ou grupo, minimamente equipado com ferramentas audiovisuais, montar um canal de televisão na Internet” (Santos, 2012, p. 82). Beneficiando-se dessa realidade, muitos canais foram surgindo na web, como é o caso do nosso objeto de estudo Braga TV, que atua nesse cenário, no qual o autor avalia que “mesmo com limitações, o *streaming* tem sido uma das formas de Internet TV mais bem-sucedidas” (Santos, 2012, p. 80).

O canal Braga TV atua como meio de comunicação audiovisual do distrito de Braga, cidade com aproximadamente 174 mil habitantes, localizada na região Norte de Portugal, e está disponível nas diversas plataformas virtuais e redes sociais *online*; atingindo, assim, um grande número de visualizações, notabilizadas pela quantidade significativa de acessos em suas diversas publicações nestas plataformas digitais.

Figura 7 - Logomarca do canal Braga TV



Fonte: Portal do canal Braga TV

O canal, fundado em 2013, em sua página de internet⁸¹ se autodefine como: “uma plataforma de comunicação *online* disponível para todo o mundo na língua

⁸¹ Fonte: Disponível em: <http://www.bragatv.pt/quem-somos/>. Acesso em: 15 de mar. de 2023.

portuguesa que divulga as notícias e as atividades da região de Braga através de reportagens, entrevistas e notícias”. E prossegue esclarecendo que:

A Braga TV é um canal de informação online que contribui na aproximação dos vários agentes de desenvolvimento do concelho de Braga e divulga, através da plataforma e das redes sociais, toda a informação de caráter geral. Uma vez que as pessoas contribuem para o nosso sucesso, a nossa missão é de garantir um serviço de informação de qualidade, acessível e gratuito, disponível em todos os suportes digitais com acesso à Internet.

De acordo com a definição apresentada, compreendemos que estamos tratando de um canal informativo de produção diária, independente e atuante exclusivamente na modalidade *online*. Como mencionado, seus conteúdos estão disponíveis em variadas plataformas digitais, em que, além do *site* oficial do canal na internet, também podem ser acessados através das principais redes sociais, como *Facebook*, *YouTube* e *Instagram*.

Na descrição da biografia de seu perfil no *Instagram*, a Braga TV se posiciona sucintamente como “empresa de comunicação e notícias – Notícias da atualidade” e possui 8.179 seguidores⁸². Enquanto no seu canal do *YouTube*, onde está ativa desde 16 de agosto de 2013, há a seguinte descrição: “Acompanhe toda a atualidade em Braga”, com 3,91 mil inscritos. Em “Sobre”, no Facebook, temos “Notícias da Atualidade. Acompanhe toda a atualidade de Braga, da região e do país”; com os dados numéricos de que 122 mil pessoas a curtiram e 138 mil pessoas a estão seguindo.

Em ambas as plataformas são exibidos os materiais de produção própria do canal, com matérias textuais, fazendo uso de recursos midiáticos, com técnicas do fotojornalismo associado à exibição de vídeos, em reportagens e matérias audiovisuais.

A experiência da cultura da imagem e da era da convergência produz efeitos em todos os campos da vida social, reconfigura os meios e suas mediações e provoca inovações estéticas e de conteúdos. As Web TVs nascem como ambientes singulares, caracterizadas por uma nova forma de ver e fazer televisão (BECKER, MATEUS; 2011, p. 154).

Dentre as reportagens e matérias que são produzidas segundo o padrão jornalístico, há aquelas que são exibidas no formato audiovisual, com matérias

⁸² Dados de março de 2024.

completas no mesmo formato de telejornalismo, com atuação do repórter, depoimentos de entrevistados, *letterings*, e imagens em vídeos, que são exibidos tanto em tamanhos curtos, como em tamanhos longos, disponíveis no seu portal e em cada um dos suportes mencionados. Por este motivo é que podemos classificar a Braga TV como um exemplo de Web TV, conforme discussão realizada no tópico anterior.

As características do canal estão associadas exclusivamente ao ambiente do ciberespaço, conceito discutido e definido pelo sociólogo e pesquisador em cibernética, Pierre Lévy, como:

O espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos os conjuntos de redes hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações. Consiste de uma realidade multidirecional, artificial ou virtual incorporada a uma rede global, sustentada por computadores que funcionam como meios de geração de acesso (LÉVY, 2009, p. 92).

Em razão disso e por ser capaz de cumprir com os requisitos da interatividade, da convergência, da multimídia, do armazenamento digital, com frequência diária de programação horizontal e não-linear, tornando o telespectador ativo no ambiente virtual é que podemos considerar que o canal Braga TV se configura como um modelo de Web TV.

Em Portugal, a Lei de Imprensa⁸³, que entrou em vigor em 1999, prevê a garantia da liberdade de imprensa, de conteúdos e estabelece sobre os limites e o interesse público da imprensa. Quando trata da liberdade de empresa, no artigo 5º do capítulo II, informa que é livre a constituição de empresas jornalísticas, editoriais ou noticiosas; contudo, obriga, no inciso 1 do artigo 17, que as publicações periódicas informativas “devem adoptar um estatuto editorial que defina claramente a sua orientação e os seus objetivos” e também deve incluir “o compromisso de assegurar o respeito pelos princípios deontológicos e pela ética profissional dos jornalistas, assim como pela boa fé dos leitores”.

⁸³ Diário da República Eletrónico (DRE) de Portugal. Disponível em: <https://dre.pt/dre/legislacao-consolidada/lei/1999-34439075>. Acesso em 20 mar. de 2023.

Portanto, em respeito aos artigos previstos na Lei de Imprensa de Portugal, tivemos acesso ao documento referente ao Estatuto Editorial⁸⁴ da Braga TV, onde consta que o canal é um jornal diário, online, generalista, livre e independente do poder político, grupos econômicos, sociais e religiosos. Além disso, é mencionado que a “Braga TV respeita a legislação aplicável à atividade jornalística, designadamente a Lei da Imprensa, bem como os princípios éticos e deontológicos da profissão”. Tais princípios evidentemente também se aplicam à prática da atividade jornalística na web.

Mesmo se tratando de uma Web TV, que é um formato que foge da lógica de limites territoriais, o canal deixa claro em seu estatuto que se interessa em oferecer conteúdos informativos direcionados principalmente ao público que abrange a região de Braga e do Minho, através de publicações em textos, fotografias ou vídeos, mas se mostra aberta a dirigir-se a um público amplo e difuso, que contemple todos os meios sociais e todas as profissões, mesmo porque se apresenta por meio da rede mundial de computadores.

A *Web TV*, ou *Internet TV*, é a televisão que podemos assistir em *sites* na Internet. (...) A *Web TV* é aberta e tem a possibilidade de abranger todo o mundo, ou seja, não está limitada a uma rede de cabos de alcance regional. Os programas são mantidos num servidor e podem ser vistos por *download* ou por *streaming* (SANTOS, 2012, p. 79).

Em termos éticos profissionais, ainda no estatuto editorial, o canal informa que procura “a verdade orientada por princípios morais e éticos, baseada em factos com objetividade, rigor e transparência”, demonstrando, assim, sua preocupação em obedecer ao padrão ético imposto aos profissionais da comunicação. Além disso, considera que “a existência de uma opinião pública informada, ativa e interveniente é condição fundamental da democracia e da dinâmica de uma sociedade aberta”, esclarecendo que se abre à sociedade civil através da publicação de artigos de opinião, mas alerta que estes não podem confundir-se com matéria informativa.

É, portanto, com base nos princípios apresentados que o canal Braga TV vem se posicionando enquanto veículo de comunicação presente no ciberespaço, atuante como produtor de notícias *online* da atualidade, de teor profissional

⁸⁴ Disponível em: <https://bragatv.pt/estatuto-editorial/>. Acesso em: 15 de mar. de 2023.

jornalístico, atuante como Web TV com periodicidade diária, de produção própria originada na região do Minho, no distrito de Braga, em Portugal, mas que ultrapassa os limites territoriais, devido essencialmente aos suportes utilizados em seu exercício profissional, pertencentes exclusivamente ao ambiente virtual.

6 AS CIDADES E SUAS FESTAS

6.1 Fortaleza: Histórico abreviado da capital Alencarina

Fortaleza é uma cidade brasileira, capital do estado do Ceará, banhada pelo Oceano Atlântico e de clima tropical quente sub-úmido. A cidade completou 297 anos de história em 2023 e pertence geograficamente à região Nordeste do Brasil, ocupando a quarta posição entre as maiores capitais do país, segundo dados do Censo 2022 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) ⁸⁵.

O Instituto publicou dados de pesquisa que estima que Fortaleza possua 2.428.678 habitantes, distribuídos entre as doze Secretarias Executivas Regionais (SER), ou simplesmente “regionais” da cidade, conforme divisão estabelecida oficialmente desde o ano de 1997 pela administração executiva da Prefeitura Municipal de Fortaleza (PMF)⁸⁶.

Figura 8 - Localização geográfica do município de Fortaleza (dentro do mapa do Ceará)



Fonte: Carta Acústica de Fortaleza⁸⁷

⁸⁵ Panorama de Fortaleza - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ce/fortaleza/panorama>. Acesso em: 02 maio de 2023.

⁸⁶ A cidade - Prefeitura de Fortaleza. Disponível em: <https://www.fortaleza.ce.gov.br/a-cidade>. Acesso em: 02 maio de 2023.

⁸⁷ Carta Acústica de Fortaleza. Disponível em: <https://cartaacusticadefortaleza.com.br/mapa-de-ruido-colaborativo-e-coletivo-de-fortaleza/>. Acesso em: 02 mar. de 2023.

Segundo a Prefeitura de Fortaleza⁸⁸, as doze regionais mencionadas “abrigam atualmente 121 bairros que, historicamente, eram vilas isoladas ou mesmo municípios antigos que foram incorporados à capital em decorrência da expansão dos limites do município”. Essa evolução revela que o território da capital foi sendo absorvido constantemente por outros espaços mais distanciados que já eram habitados, fazendo com que hoje Fortaleza possua 312.353 km² de área total.

Tabela 1 - Dados sobre a cidade de Fortaleza (2022)

Informações por Cidades e Estados - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística	
Fortaleza	
Prefeito	JOSÉ SARTO NOGUEIRA MOREIRA [2021]
Gentílico	fortalezense
Área Territorial	312,353 km ² [2022]
População estimada	2.428.678 pessoas [2022]
Densidade demográfica	7.775,43 hab/km ² [2022]
Escolarização 6 a 14 anos	96,1 % [2010]
IDHM Índice de desenvolvimento humano municipal	0,754 [2010]
Mortalidade infantil	12,02 óbitos por mil nascidos vivos [2020]
Receitas realizadas	6.810.527,07 R\$ (×1000) [2017]
Despesas empenhadas	6.525.657,82 R\$ (×1000) [2017]
PIB per capita	24.253,93 R\$ [2020]

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)⁸⁹

Os traços de formação populacional da cidade são marcados predominantemente pela hibridização entre os povos europeus colonizadores, os povos indígenas e os povos africanos, bem como pelos constantes movimentos migratórios internos dentro do próprio território cearense. A história do estado começa a ser contada oficialmente a partir do século XVI, marcada por uma série de lutas, batalhas e invasões de povos europeus, sobretudo portugueses, espanhóis e holandeses (estes últimos, entre 1649 e 1654), que à época do Brasil Colônia (1500 – 1822) travaram inúmeros combates com os povos originários, na fase da “pré-história” cearense, quando já habitavam áreas dos sertões antes da chegada das caravelas.

⁸⁸ A cidade de Fortaleza. Disponível em: <https://www.fortaleza.ce.gov.br/a-cidade>. Acesso em: 18 mar. de 2023.

⁸⁹ Cidades e Estados (IBGE). Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/ce/fortaleza.html>. Acesso em: 18 mar. de 2023.

O historiador cearense Airton de Farias (2018), autor de inúmeras obras densas a respeito da História do Ceará, explica que o território cearense sempre foi composto por uma variedade de povos indígenas, que utilizavam o Tupi-guarani como linguagem para comunicação. “Quando da chegada dos europeus em 1500, a terra a qual chamariam de Brasil era habitada por uma enorme diversidade de povos indígenas – os índios não formavam uma sociedade homogênea” (Farias, 2018, p. 64); e cita o exemplo das aldeias em territórios cearenses, como os povos Jenipapo Kanindé, no município de Aquiraz; dos Tapebas (originados da fusão entre os potiguares, cariris, tremembés e jucás), ainda hoje existentes no município de Caucaia; e dos Tabajaras, na Serra da Ibiapaba, entre outros; todas elas “apresentavam diferenças de hábitos, costumes, religião, organização social e cultural” (Farias, 2018, p. 64).

Acompanhando o processo histórico de evolução do Estado brasileiro, o Ceará foi durante a maior parte do tempo um espaço predominantemente rural, onde, em razão do baixo investimento público, dos poucos recursos naturais e da pouca atratividade em produtos próprios (à exceção dos rentáveis ciclos do couro, da pecuária, do gado e do algodão), o Ceará não prosperou tanto quanto outras províncias nordestinas, como Pernambuco e Bahia, na época do Brasil Colônia e Brasil Império (entre 1500 a 1889).

Não se pode esquecer que, apesar da economia colonial cearense ter se baseado fundamentalmente na pecuária e, depois, na cotonicultura, outras atividades igualmente foram desenvolvidas. Além das tradicionais lavouras de subsistência (milho, arroz, feijão, mandioca, etc.), merecem atenção a mineração e a cana-de-açúcar (FARIAS, 2018, p. 62).

Fortaleza foi elevada oficialmente à condição de vila em 13 de abril de 1726, ao redor do Forte *Schoonenborch*, importante fortificação erguida no período da dominação holandesa no século XVII (1649) e conquistada posteriormente pelos portugueses, que o rebatizaram como Fortaleza Nossa Senhora da Assunção.

Os holandeses vieram mais tarde, por um curto período de tempo, em aventura passageira. Deixaram para trás pouco mais do que um forte, em forma de estrela, ao qual chamaram Schoonenborch, construção iniciada em 1649, no mês de abril. Foi destruído para dar lugar a uma fortaleza portuguesa, acima dele erguida, dedicada a Nossa Senhora da Assunção. Era de fato Portugal firmando raízes nos gestos, na língua, nos hábitos, no paladar, na própria alma e formação do que viria a ser o Ceará, no país chamado Brasil (LEAL, 2019, p. 19).

Antes, porém, em 1713, a cidade de Aquiraz já fora pioneiramente considerada como capital do estado, e isto se deve porque Aquiraz há época era considerada o centro econômico do território, e Fortaleza, o centro político, comprovando que “a atual capital cearense não desfrutou durante boa parte de sua história, de hegemonia urbana sobre o Ceará” (Farias, 2018, p. 216).

Assim foi até que, a partir de 1850, o Ceará experimentou a próspera era do algodão, um fato que oportunizou um período de grande desenvolvimento urbano e construção de equipamentos marcantes na capital. Quando do final do século XVIII, “o algodão do Ceará fazia parte da agenda de produtos exportados pelo Brasil. A vila, aos poucos, foi sendo dotada de infraestrutura e serviços para atender às transações comerciais diretas com Lisboa, iniciadas em 1804” (Costa, 2014, p. 94) e prossegue a autora:

O crescimento econômico da província e a política do Império de fortalecimento das capitais das províncias, atraíram moradores, investimentos foram realizados em edificações e infraestrutura e serviços foram implantados em Fortaleza (COSTA, 2014, p. 81).

Na região Nordeste, o destaque em prosperidade ficou para a capitania⁹⁰ de Pernambuco, a quem o Ceará ficou submetido até o ano de 1799, quando finalmente conseguiu a sua emancipação. Em artigo publicado na Revista do Instituto do Ceará⁹¹ (2014), a autora Maria Clélia Costa explica:

A carta real de 17 de janeiro de 1799 emancipou o Ceará da Capitania de Pernambuco. Este fato, que resultou na permissão de comércio direto com o reino, contribuiu para o crescimento da Capital. (...) A abertura dos portos em 1808 possibilitou o incremento do comércio direto da Capitania com alguns portos da Europa, o que até então era intermediado por Pernambuco (COSTA, 2014, p. 91).

Como ocorreu no Brasil colonial e imperial (até 1889), o Ceará passou também por um processo de escravização de povos africanos, que vinham

⁹⁰ As capitanias hereditárias foram o primeiro sistema de divisão territorial e administrativo implantada pelos portugueses durante o período de colonização do Brasil. Os proprietários designados pela Coroa Portuguesa possuíam o domínio e a exploração de cada um desses territórios.

⁹¹ Considerada o maior patrimônio gráfico do Ceará, fundada em 1887, ano da fundação do Instituto do Ceará, vem sendo editada de forma ininterrupta. Constam trabalhos produzidos, preferencialmente, por seus sócios efetivos, abordando assuntos históricos, geográficos ou antropológicos, particularmente voltados ao Estado do Ceará. Disponível em: <https://www.institutodoceara.org.br/revistas/>. Acesso em: 30 jul. de 2023.

transportados em navios negreiros e aportavam no Porto de Fortaleza para depois serem enviados a outras províncias, como o Rio de Janeiro ou Salvador, ou mesmo para trabalharem a serviço de fazendeiros, latifundiários e grandes proprietários de terras de cidades do interior cearense, sob regime de escravidão, como diz o sócio correspondente do Instituto do Ceará, José Marcelo Alcântara Pinto⁹²: “Desde a sua implantação, no século XVI, até suas décadas finais, a escravatura foi uma instituição perfeitamente enraizada no Brasil” (Pinto, 1984, p.121).

Ocorre que, em comparação com outras províncias brasileiras, o Ceará não possuía um grande quantitativo de negros escravizados, pois, citando Capistrano de Abreu, o importante historiador cearense Raimundo Girão explica que:

Nessa organização sócio-econômica, que veio caracterizar, no conceito de Capistrano, a civilização do couro, os ombros afros pouco entraram em cena. Restringiram-se aos misteres da criadagem, gerando os “negros velhos” e as “babás”, que não sofriam, em regra, o peso e os castigos do eito, como nas zonas dos engenhos de açúcar e nas de mineração (...). Daí por que a porcentagem do sangue africano é pequena dentro das veias do cearense. E também porque, humilde e pouco, o negro não pôde subir na escalada social, ficou em baixo, sem ânimo de interferir nas mesclagem da etnia cearense (GIRÃO, 1984, p. 77- 78).

Após a ocorrência de uma série de rebeliões, resistências, tentativas de rompimento com o regime escravagista por parte das organizações abolicionistas e também da atuação de bravas personalidades como Francisco José do Nascimento, o “Dragão do Mar”⁹³, a província ficou marcada pelo pioneirismo, ao dar fim ao sistema de escravidão no Brasil, já no ano de 1884, em 25 de março, enquanto que no restante do país aconteceu somente quatro anos depois, em 1888; razão pela qual o Ceará até os dias de hoje é conhecido como a “Terra da Luz”, em referência ao título dado pelo jornalista e abolicionista José do Patrocínio.

No artigo “A Declaração”, publicado em 1984, na Revista do Instituto do

⁹² Artigo “A Extinção da Escravatura no Ceará”. Disponível em: <https://www.institutodoceara.org.br/revista/Revapresentacao/RevPorAno/1984TE/1984TE-ExtincaodaEscravaturanoCeara.pdf>. Acesso em: 24 maio de 2023.

⁹³ Jangadeiro cearense adepto aos ideais abolicionistas se negou a transportar à terra firme os negros cativos advindos dos navios negreiros que aportavam no litoral de Fortaleza. Liderou, portanto, outros jangadeiros, incentivando-os a fazer o mesmo. Também conhecido como “Chico da Matilde”, após a sua coragem e ousadia de liderar outros jangadeiros e enfrentar os poderosos, a luta do jangadeiro foi essencial para o fim da escravidão no Ceará; a figura depois passou a ser conhecida como “Dragão do Mar”, cujo nome foi homenageado na inauguração, em 1999, do mais importante Centro Cultural de Arte e Cultura de Fortaleza.

Ceará⁹⁴, por ocasião do ano de centenário da abolição da escravidão no estado, Girão descreve esta data marcante para a província como sendo “impossível traduzir e resumir o modo e o tamanho das vibrações de regozijo da capitalzinha de 30 mil pessoas” (1984, p.27). E prossegue:

Abre a sessão o ilustre governante que é aclamado sócio benemérito da Libertadora, e ao terminar o seu expressivo e caloroso discurso, convida os assistentes a levantarem-se para ouvir a declaração imorredora: A PROVÍNCIA DO CEARÁ NÃO POSSUI MAIS ESCRAVOS (GIRÃO, 1984, p. 29).

Porém, o autor esclarece que este ato importante “não era uma lei que se decretava, era uma Declaração de Direito da Liberdade”. E finaliza afirmando que já “em 1888, a Câmara, o Senado, o Governo, tudo, tudo era abolicionista, e o Ceará estava glorificado” (Girão, 1984, p. 35).

O “progresso” em Fortaleza só foi experimentado muito tempo depois da emancipação à categoria de vila em 1726, a cidade foi crescendo a passos lentos, passando a ter um desenvolvimento mais rápido somente a partir da década de 40 do século XX, “pois a cidade não se movimentava mais como antigamente, ao ritmo moroso proporcionado pelos meios de transporte da Fortaleza antiga” (Nogueira, 2006, p. 31).

Figura 9 - Avenida João Pessoa (que liga os bairros Benfica e Parangaba) pavimentada e revestida de concreto tardiamente, em 1929.

⁹⁴ Artigo “A Declaração” – Revista do Instituto do Ceará. Disponível em: <https://www.institutodoceara.org.br/revista/Revapresentacao/RevPorAno/1984TE/1984TEADeclaracao.pdf>. Acesso em: 24 maio de 2023.



Fonte: Pinterest

Assim como em todo o Brasil Império até princípios da República Velha (1930), a cidade de Fortaleza ainda possuía ritmo lento, com ares e hábitos pouco urbanos. “Essa condição de capital será de fundamental importância para se entender a lenta expansão da cidade, sempre sujeita às condições econômicas da própria província” (Costa, 2014, p. 108).

Vê-se que o provincianismo era característico, com poucos habitantes, iluminação pública movida a gás, os automóveis particulares eram raríssimos e a cidade desfrutava de poucos transportes públicos, contando apenas com algumas linhas de bondes e trens, sendo possível ver desfiles de transportes de tração animal em algumas ruas de estradas de terra há época.

Fortaleza foi aos poucos se diferenciando dos demais núcleos urbanos do Ceará não só pelo crescimento populacional, mas também pela expansão das edificações privadas e públicas. (...) Na segunda metade do século XIX, a partir dos anos de 1850, Fortaleza passou por profundas mudanças em sua infraestrutura e equipamentos urbanos, visando atender as novas demandas, disciplinando espaços e controlando a população. Viveu-se uma explosão de modernidades e aformoseamentos (embelezamento) quando os discursos e as práticas sociais buscavam imitar a civilidade europeia. Fortaleza, então, destacou-se entre as maiores cidades do país (FARIAS, 2018, p. 218 - 219).

Predominavam bairros pequenos com comércio local, tendo a vida administrativa concentrada em boa parte no centro da cidade. Devido à quantidade de aldeias indígenas no estado, o povo cearense recebeu muita influência delas em seus hábitos, vocabulários, culinária e tradições, o que explica ainda hoje o costume

da população de usar redes para dormir e também a origem dos nomes de alguns bairros de Fortaleza e cidades do interior do Ceará batizados na língua Tupi, como é o caso dos bairros denominados Jacarecanga e Parangaba e as cidades interioranas de Itapajé e Itapipoca, dentre outras.

Com o passar do tempo, Fortaleza foi crescendo em número de habitantes e se desenvolvendo em termos de centro urbano. O exponencial aumento populacional da cidade se deve, além de fatores ligados aos altos índices de fecundidade da época, em grande parte ao processo migratório de êxodo rural interno ocorrido principalmente entre fins do século XIX e começo do século XX, motivado por razões climáticas, como a profunda estiagem de chuvas.

Diz Farias (2018) que “foi ao longo do XIX que se verificou o processo de hegemonização de Fortaleza – tornou-se apenas na segunda metade daquele século o principal núcleo urbano, político, econômico e social do Ceará” (Farias, 2018, p. 216). Da mesma forma, Costa (2014) sentencia:

Fortaleza, até o início do século XIX, era um povoado sem nenhuma importância econômica, mas a presença da fortaleza, garantia apoio aos barcos que navegavam entre o Maranhão e o Piauí e aí aportavam para se abastecer. Adquire o status e as características de cidade, no século XIX, após a separação da província de Pernambuco e, principalmente, com a inserção do Ceará na divisão internacional do trabalho, como exportador de algodão (COSTA, 2014, p. 81).

Nesse período, entre o século XIX e começo do século XX, massas de gentes (denominados “retirantes”) deixavam a vida rural do interior do estado e rumavam à capital Fortaleza para fugir da pobreza e dificuldades enfrentadas em razão da escassez de chuvas e fortes períodos de seca, que insistem em assolar não só o sertão do Ceará, mas grande parte da região Nordeste, onde é predominante a vegetação de caatinga, que se adapta aos climas desérticos e semiáridos. “O problema do Nordeste, de tão sério, ganharia o âmbito das discussões nacionais, deixando de ser apenas regional” (Girão, 1984, p. 246).

A construção da ferrovia no final do século XIX, fortalecerá ainda mais o papel da capital na rede urbana cearense. O crescimento econômico favorece os investimentos na capital e atração de migrantes, principalmente nos longos períodos de estiagem. A seca é um elemento importante para se compreender essa evolução urbana pela situação de centralidade urbana que Fortaleza passou a ocupar na rede urbana do Ceará (COSTA, 2014, p. 108).

Afirma Girão (1984), que a situação econômica e social, agravada pela seca, era gravíssima a tal ponto que as autoridades seguiam sem encontrar solução para o caso, pois visivelmente “o estado emocional dos dirigentes da administração e do povo não tinha medida” (1984, p. 247). De modo dramático, dada a gravidade da situação, o autor chega a dizer que “forças infernais confluem para a devastação sem termos, obrigando o despovoamento da terra pelo homem, pela fauna e também pela própria flora” (1984, p. 246-247). E, segundo ele, não paravam de chegar pessoas à capital cearense, advindas de toda parte, inclusive de outros estados.

A capital tumescia duma população advéncia esfarrapada e esquelética, vinda incessantemente de todos os cantos da província e das vizinhas. Pelas fronteiras, dir-se-ia uma invasão militar, tanta gente entrando dos sertões de Pernambuco, da Paraíba, do Rio Grande do Norte (GIRÃO, 1984, p. 247).

Tanto havia gente chegando, como havia outros que fugiam para outros lugares. Traduzindo em números, há dados que informam que entre 1869 e 1899, foram 300.902 as pessoas que emigraram do Ceará; destas, 255.526 foram para o Amazonas e 45.376 para o Sul do país, contribuindo significativamente para a construção de um cenário desolador.

Cedo Fortaleza converteu-se na metrópole da fome, capital dum pavoroso reino, o reino macilento do martírio coletivo duma raça em penúria. Em dezembro já estavam aí, a mais, 85.000 pessoas, que em março de 1878 eram 100.000 e em setembro 114.000. A sua população normal, pelo censo de 1872, orçava em 21.000. Agora podia ser de 25.000 (GIRÃO, 1984, p. 247).

Em busca de uma vida melhor, estes retirantes muitas vezes não tinham onde se abrigar e se acomodavam nos chamados “campos de concentração”⁹⁵, ou “campos de refugiados”, que eram grandes espaços públicos existentes com a finalidade de justamente acolher essa gente que tentava escapar das mazelas do sertão indo para a capital (ou somente para outras cidades interioranas para evitar que chegassem à capital e comprometessem o plano de higienização e embelezamento da cidade), entre o final do século XIX e início do século XX. Nestes

⁹⁵ A trágica história dos "campos de concentração" do Ceará. Reportagem produzida pela DW. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/a-tr%C3%A1gica-hist%C3%B3ria-dos-campos-de-concentra%C3%A7%C3%A3o-do-cear%C3%A1/a-49646665>. Acesso em: 08 ago. de 2023. Ver também reportagem produzida pela Empresa Brasileira de Comunicação (EBC). Disponível em: <https://www.ebc.com.br/especiais-agua/campos-de-concentracao/>. Acesso em: 08 ago. de 2023.

campos, conseguiam algum suporte do poder público, que lhes concediam algo de comida e pouco mais, porém alguns flagelados eram explorados para trabalhar como escravos na construção das obras públicas.

No começo do século XX, o Brasil sofria de epidemias como a da varíola, que maltratava muita gente, permitindo que muitos morressem sem o tratamento adequado, porque os hospitais estavam lotados e a Santa Casa de Misericórdia⁹⁶ já não tinham mais estrutura suficiente para atender a demanda de gente adoecida por enfermidades como tuberculose, varíola e febre amarela. Para piorar, o movimento de saúde pública liderado pelo médico Oswaldo Cruz, iniciado no Rio de Janeiro, era rejeitado pela população iletrada e mal informada da época.

Passada essa fase conturbada, oportunamente, em fins do século XIX e início do século XX, Fortaleza (assim como outras capitais brasileiras) investiu ainda mais em um processo visível de urbanização, contratando engenheiros, arquitetos e urbanistas capacitados para resolver a questão da falta de saneamento básico (pelo menos na região central da cidade), da falta de higiene e para promover um ar de elegância na capital.

Tais “melhoramentos” – realizados pela administração municipal ou por iniciativa particular – modificaram sensivelmente a paisagem da cidade, emprestando-lhe uma nova fisionomia: pavimentação de ruas, implementação de um sistema de iluminação pública elétrica, reforma e ajardinamento de praças, construção de novos edifícios (NOGUEIRA, 2006, p.1).

Contribuições de engenheiros, paisagistas e arquitetos foram impulsionadas, através da contratação de nomes como Silva Paulet, Burle Max, Adolfo Herbster, ao longo do século XIX; e já no século XX, a contribuição do arquiteto cearense Fausto Nilo foram essenciais para a transformação do cariz arquitetônico e do plano urbanístico de expansão da cidade, “que se tornou a matriz básica da forma urbana da cidade de Fortaleza” (Costa, 2014, p. 93).

Nesse contexto de “modernização”, em meados do século XIX, passou a ser mais efetiva a atenção da administração pública municipal com o planejamento da cidade, especialmente no que tange a nortear e disciplinar a expansão urbana (com o alinhamento e abertura de novas vias) e o embelezamento da capital (com a construção de praças e arborização)

⁹⁶ Inaugurada em 14 de março de 1861, a Irmandade da Santa Casa de Misericórdia surgiu destinada a ser o Hospital dos Pobres, para atender a população em situação de penúria, inclusive os famintos que sofriam com a estiagem do século XIX.

(FARIAS, 2018, p. 219).

O período conhecido como *Belle Époque* (compreendido entre 1880 até os anos de 1920) em que, inspirado nos moldes da sociedade francesa, a elite fortalezense podia desfilas roupas, luvas, chapéus e acessórios europeus, aprender o idioma francês para falar entre os seus, passear pela cidade, usufruindo dos cafés estilizados criados à época, localizados em espaços tradicionais da cidade, como a Praça do Ferreira, com a sua bela coluna da hora, ainda hoje considerada como “o coração da cidade” de Fortaleza.

Com efeito, Fortaleza conheceria, na década seguinte, um notável surto de crescimento urbano e progresso material. Pode-se dizer que o período se constitui em marco na história da cidade, uma vez que ocorrem modificações de relevo em sua fisionomia: a substituição da iluminação pública a gás por um sistema elétrico, em 1934; a inauguração do Excelsior Hotel, em 1931, arranha-céu com impressionantes sete andares (...) por fim, a pavimentação das ruas com paralelepípedos, e, nas vias mais movimentadas, a concreto (NOGUEIRA, 2006, p. 30 - 31).

Outra zona muito representativa à época foi a Praça do Passeio Público, também localizada no centro, onde se situa a zona histórica da cidade, rodeada pela Estação de trem João Felipe, a Santa Casa de Misericórdia, o Forte de Nossa Senhora da Assunção, a Catedral de Fortaleza; onde, de todas essas construções, se podem avistar o mar.

Tempos antes, o referido Passeio Público foi palco de uma série de decapitações de revolucionários que atuaram no movimento conhecido como Confederação do Equador⁹⁷, tendo sido enforcados, em suas frondosas árvores, no ano de 1824, personalidades como Pessoa Anta, Padre Mororó e outras pessoas envolvidas na revolução. Tal ato fez com que a praça ainda hoje seja conhecida como a “Praça dos Mártires”.

Figura 10 - Crianças e adultos no Passeio Público de Fortaleza – Belle Époque (início do século XX)

⁹⁷ Revolta de teor republicano, realizada na região Nordeste, no período do Brasil Império, ano de 1824, contra o autoritarismo do Imperador à época, Dom Pedro I.



Fonte: Arquivo Nirez.

No Passeio Público, a sociedade Alencarina⁹⁸ vivia, durante a *Belle Époque*, um sistema de divisão de classe social, na qual existiam zonas delimitadas para a elite cearense tomar café, passear pelos jardins, sentar nos bancos, com boa iluminação e vista para o mar; estes, desfilavam seus belos trajes de inspiração francesa e levavam suas crianças para brincar ali com os filhos de outros aristocratas. Ao mesmo tempo, dentro do mesmo espaço, a população mais empobrecida podia desfrutar somente de outra zona da praça, com área delimitada, sem vista para o mar e menos requintada para estarem com suas famílias.

6.1.1 Uma capital com ares de interior

O êxodo rural ocorrido nos anos anteriores provocado pelas dificuldades climáticas acabou resultando em um verdadeiro inchamento populacional em Fortaleza, fazendo com que as pessoas advindas do interior passassem a se instalar em áreas menos povoadas da região, favorecendo a criação de inúmeros bairros periféricos na cidade. Ocorre que, chegando à capital, essas pessoas traziam hábitos e costumes próprios da vida interiorana cearense, dentre eles a forte religiosidade e adoração de santos católicos, que são celebrados de modo festivo, sobremaneira nas regiões rurais, que predominavam o cenário do estado brasileiro oitocentista e de pelo menos duas décadas seguintes.

⁹⁸ O Ceará pode ser chamado dessa forma devido à enorme influência da família Alencar no estado, sobretudo na figura do grande escritor, político, advogado e jornalista, que escreveu o famoso romance "Iracema", José de Alencar.

Destacamos que esse ambiente não urbano predominou mais longamente nos espaços das regiões Norte e Nordeste do Brasil, isso porque ambas estavam distantes dos centros de decisão político e econômico do país, concentrados na região Sudeste, acarretando em atraso e enfraquecimento dos esforços para garantir um desenvolvimento mais efetivo no Nordeste brasileiro, que acabava ficando como uma zona não prioritária para os representantes do poder. “Sabemos que o período monárquico brasileiro, sobretudo o II Reinado (1840-1889), caracterizou-se pelo centralismo político” (Farias, 2018, P. 216). Tudo isso favoreceu a permanência mais longa da interiorização na região Nordeste, onde se localiza o estado do Ceará e sua capital.

E quanto mais as capitais prosperavam, mais investimentos e poderes elas obtinham, levando a mais prosperidade e à hegemonização urbana, enquanto as outras vilas e cidades das províncias eram esvaziadas (FARIAS, 2018, p. 217).

Desse modo, os aspectos marcados pela forte religiosidade e sentido de comunidade, vivenciados nos espaços rurais, contribuíram para o fortalecimento de costumes e padrões de vida quando a população interiorana migrou para viver em Fortaleza.

Com isso, o mês de junho tornou-se ainda mais evidenciado no espaço urbano, onde as paróquias se encheram de fieis, as procissões e devoções aos santos juninos foram mais disseminadas e sentidas num espaço onde se nota a presença maior de um povo muito ligado à natureza e impactado pelas condições climáticas e ambientais de uma zona rural castigada por falta de água da chuva e dependente, portanto, de fatores climáticos para poder se alimentar e viver em melhores condições.

6.1.2 A população de Fortaleza e sua relação com a festa de São João

A relação do povo cearense com a festa de São João iniciou desde antes da fundação da cidade e ela perpassa os sentidos religiosos, cotidianos e culturais. É, inegavelmente, uma celebração marcada por heranças e influências diversas; inicialmente europeia, claramente em razão da colonização portuguesa, que por sua vez, também já trazia uma série de influências em costumes oriundos de povos pagãos da antiguidade sobre a festa (conforme assinalamos no capítulo 1 da tese)

quando chegaram ao Brasil.

Depois, havia os povos originários que habitavam o território cearense antes da chegada dos portugueses, que eram indivíduos que viviam comunitariamente em aldeias e possuíam profunda relação de respeito com os elementos da natureza. Essas informações por si só já revelam características que apresentam similitudes com as origens das festividades de São João dos povos pré-cristãos, que costumavam celebrá-la em razão de fatores climáticos, agrícolas, para fertilidade e de agradecimento aos fenômenos naturais pelo auxílio nas faturas das colheitas durante o período do solstício de verão, no hemisfério norte. Além destes, o instinto de festejar e produzir celebrações coletivas, como fatores muito próprios do povo africano.

Para relembrar essas origens, hábitos e atuação da Igreja na celebração, a pesquisadora Luciana Chianca (2009)⁹⁹ reforça:

A Igreja vinha se esforçando desde o século XIV para doutrinar a população da Europa Ocidental, ainda muito afeita a rituais pré-cristãos, como os cultos solares e lunares associados à vida agrícola. Naquele continente, a diferença entre as estações é bem marcada por um contraponto: o solstício de verão – dia com maior duração da luminosidade do sol (21 de junho) –, e seis meses depois, o solstício de inverno – dia menos beneficiado pela luz solar (21 de dezembro). Entre os mais importantes cultos solares, registrava-se por toda a Europa a queima noturna de fogueiras no solstício de verão, para festejar a vitória da luz e do calor sobre a escuridão e o frio. A Igreja Católica adotou esses marcos cósmicos, atribuindo aos primos João e Jesus dois momentos de honra para seus nascimentos: o primeiro, perto do solstício de verão; o segundo, perto do solstício de inverno. Era uma maneira de dar novo significado às práticas pagãs relativas ao fogo (CHIANCA, 2009).

Observa-se que, de forma semelhante, a população indígena do território brasileiro se comportava em relação à natureza, aos rituais e, em especial, aos agradecimentos pela fatura de chuvas no seu território. Isto sinaliza que esse tipo de hábito já estava internalizado também pela população que originalmente habitava a superfície do território cearense.

⁹⁹ Artigo “Pula a fogueira, João! Resistindo a disputas entre a Igreja e os ritos pagãos, o fogo do santo se manteve aceso e hoje alimenta ‘a mais brasileira das festas’”, publicado na Revista de História, em 09 de junho de 2009. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20160415112859/http://rhbn.com.br/secao/capa/pula-a-fogueira-joao>. Acesso em: 02 jun. de 2023.

A partir da chegada dos colonizadores, que impuseram violentamente o seu domínio dizimando milhares de indígenas (Farias, 2018) e também impondo um sistema de etnocídio¹⁰⁰ (ou genocídio cultural), a partir da catequização, semelhante ao que outrora a Igreja Católica promoveu quando tratou de cristianizar os hábitos pagãos fortemente incorporados pela sociedade europeia de outros séculos.

A Igreja Católica se fez presente no Ceará desde as primeiras tentativas de conquista da terra. Algo compreensível, afinal a expansão colonial portuguesa era legitimada pelo Papa, conforme a necessidade de propagar a fé cristã. É sintomático que uma das tentativas de conquista do Siará Grande tenha sido encabeçada por dois jesuítas, Francisco Pinto e Luiz Figueira, em 1607 (FARIAS, 2018, p. 82).

Desta maneira, ainda que tenham sofrido diversos modos de dominação, baseado no princípio da territorialidade¹⁰¹, a população indígena resistiu, conseguindo preservar alguns de seus hábitos, que, por sua vez, foram incorporados pela sociedade cearense.

Isto permitiu, dentre outras coisas, ampliar o conceito de território indígena que, em versões mais antigas, estava ainda imbricado à ideia de autoctonia. Por sua vez, através do conceito de territorialidade, se deu cada vez maior atenção às formas como as sociedades indígenas vivenciaram os processos de imposição territorial (DOMINGUEZ, 2020, p. 17).

Assim, com o passar dos séculos, a população local foi se constituindo, distribuídos por toda a capitania (nomeado estado do Ceará somente depois da proclamação da república de 1889) em pequenos grupos organizados de pequenas cidades e vilarejos, dotados de pequenos centros comerciais e convivendo de forma comunitária, conforme o conceito antropológico do termo comunidade, que, segundo Castells, "são redes de laços interpessoais que proporcionam sociabilidade, apoio, informação, um senso de integração e identidade social" (2003, p.106).

Nesse sentido, a população pouco numerosa do ainda pequeno povoado cearense convivia entre si, se conheciam, a partir da criação de laços mais fortes, se ajudavam, e ainda persistia o modelo de vida rural, com forte ligação com a natureza

¹⁰⁰ Aniquilamento, destruição da cultura de um grupo étnico por outro. Fonte: Dicionário Michaelis. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=etnoc%C3%ADdio>. Acesso em: 02 maio de 2023.

¹⁰¹ O conceito de Territorialidade, segundo o geógrafo Robert David Sack, implica numa estratégia dedicada a influenciar ou controlar relações, recursos, fenômenos e pessoa; portanto, "a territorialidade deve proporcionar uma classificação por área, uma forma de comunicação por fronteira e uma forma de coação ou controle" (SACK, 1986, p. 28).

e a esperança de chuva para gerar boa plantação e colheita para o povo sertanejo. Para isso, o catolicismo já predominante, ensinava o povo a confiar suas orações aos santos como suporte necessário para a obtenção de suas necessidades. Toda essa relação do sertanejo com a chuva, passa pela crença e fé nos santos que não abandonam seu povo e abençoam suas plantações.

Biblicamente, explica Chianca (2009), que o santo São João possuía relação de parentesco com Jesus Cristo, pois suas mães, Isabel e Maria, respectivamente, eram primas. Segundo a autora, o apelido de 'Batista' dado a João veio depois que "realizou um feito capaz de fazer inveja a qualquer outro santo: abençoou o próprio Jesus, testemunhando em seguida a descida do Espírito Santo em forma de pomba – era o início da meteórica missão do 'filho de Deus'".

Além dos laços familiares, João tinha outras coisas em comum com o profeta que daria origem ao cristianismo. Como Maria, Isabel também engravidou contra todas as probabilidades. Não era virgem, mas dizia-se que estava estéril e tinha idade avançada quando concebeu o último filho. Ele se tornou um pregador e ficou conhecido por batizar os gentios nas águas do Rio Jordão. Mas quando o apontavam como o esperado Messias dos judeus, ele anunciava: "Eu, na verdade, batizo-vos com água, mas eis que vem aquele que é mais poderoso do que eu, do qual não sou digno de desatar a correia das sandálias; esse vos batizará com o Espírito Santo e com fogo". Referia-se ao primo (CHIANCA, 2009).

Todo esse entendimento bíblico ensinado nas igrejas estimulou o crescimento do movimento das festas em homenagem ao santo bíblico que batizou o seu parente Jesus Cristo, São João Batista, nos salões paroquiais, nas escolas e demais espaços religiosos, principalmente nos bairros da capital onde predominavam a população com raízes interioranas do estado, marcando o calendário religioso da população.

As qualidades de João Batista lhe garantiram lugar de honra entre os santos católicos. Equiparando-se a Jesus, ele é o único do qual se comemora o dia do nascimento, e não o da morte. A diferença de seis meses entre eles inspirou uma clara demarcação no calendário cristão: se dividirmos o ano ao meio, metade é para Jesus (de junho a dezembro) e a outra metade para São João (de dezembro a junho) (CHIANCA, 2009).

Este movimento foi sendo incorporado nas décadas posteriores, fazendo com que a festa junina fosse sentida muito fortemente nos comércios de Fortaleza,

com a venda de adereços (como vestidos de chita¹⁰² e chapéus de palha ou de couro) que remetem à vida rural, nas proximidades do mês de junho.

Figura 11 - Loja popular com venda de produtos de São João, no centro de Fortaleza (junho/2023).



Fonte: Elaborado pela autora

Assim, durante muito tempo, as festas juninas foram sendo preparadas e organizadas de forma amadora e improvisada pelos próprios moradores, no melhor sentido comunitário do termo. Com o passar das décadas, essas famílias interioranas que migraram e se estabeleceram na capital, criaram seus filhos e netos em Fortaleza, fazendo com que as gerações posteriores passassem a ser cada vez menos rurais e se tornassem cada vez mais urbanas.

6.1.3 O Forró no São João: um elo inseparável

Em meio a este cenário junino, existe um movimento muito forte no estado do Ceará: o movimento do forró. Aliás, o forró é um ritmo musical muito presente no cotidiano do povo sertanejo, devido ao instrumento acordeom (denominado sanfona no Nordeste) ser um instrumento comum, o qual tinha presença marcante nos ambientes rurais, onde sempre tinha alguém disponível para tocá-lo e animar as

¹⁰² Tecido de planta barato e de baixa qualidade, muito utilizado pela população empobrecida e rural de antigamente.

noites dos lugarejos.

Importante e necessário mencionar o forró porque se trata de um elemento cultural e uma linguagem musical eminentemente marcante e representativo para o povo nordestino, principalmente cearense. Muito disso se deve ao fato de que, entre as décadas 1930 e 1940, um importante artista nordestino despontou no cenário nacional (algo difícil à época): Luiz Gonzaga do Nascimento. Merece, portanto, especial destaque, este importante artista brasileiro e nordestino, nascido em Exu, localizado no agreste de Pernambuco, esta que faz divisa com o Ceará.

Reconhecido ainda hoje por personalidades do meio sertanejo nordestino, como o famoso Mestre da Cultura do Ceará que faz arte em couro, Espedito Seleiro, que afirmou que “o Luiz Gonzaga é um dos melhores mestres que já deu no mundo” (Vanderley, 2022, p. 337). Alguns autores consideram o ritmo do forró como a “representação simbólica e alegórica do nordeste brasileiro, cujo progresso se constitui sob a égide de Luiz Gonzaga, o Rei do Baião” (Draper III, 2014, p. 18).

De fato, Gonzaga criou um estilo único de música, ritmo pertencente ao gênero Forró; o Baião, que utilizava três instrumentos principais (sanfona, triângulo e zabumba). O ritmo animado conquistou multidões de fãs, concedendo a Luiz Gonzaga o título de “Rei do Baião”, tendo sido o campeão de vendas de discos entre os anos 1940 e 1950, com canções que retratavam, sobretudo, poesias de amor e exaltação ao estilo de vida do povo sertanejo da região Nordeste do Brasil. Seu maior parceiro musical, o cearense Humberto Teixeira, definiu o ritmo.

O ritmo cadenciado e uniforme marcando, na viola nordestina, a peculiaríssima divisão musical das cantigas caboclas (...) o passo de dança miúdo e recatado, ao embalo da sanfona tal como, se até dançando, manifestasse o sertanejo aquele certo pundonor de se alegrar, traço vivo e marcante, característica de um povo que se habituou a viver sofrimento (VANDERLEY, 2022, p. 281).

Segundo o estudioso e pesquisador da vida do artista sanfoneiro, Paulo Vanderley, autor do livro “Luiz Gonzaga 110 anos do nascimento”, o ritmo baião foi anunciado e conquistou seu espaço na Música Popular Brasileira (MPB).

O conjunto musical “Quatro Ases e um coringa” - contratados da gravadora Odeon – são acompanhados da sanfona de Luiz Gonzaga e gravam a segunda parceria de Gonzaga e Humberto Teixeira, a música “Baião”, um manifesto do novo ritmo (VANDERLEY, 2022, p. 137).

Tendo o pai Januário adotado o ofício de consertar sanfonas, o seu filho Luiz, ainda jovem, se interessou por aprender a tocar o instrumento e, após uma carreira movimentada, que o fez migrar para o Sudeste do país, principalmente para os estados de Rio de Janeiro e São Paulo, centro econômico do Brasil, transformou-se em um dos cantores e compositores da MPB mais aclamados e famosos do Brasil naquela década de 1940, em que o país vivia a “Era de Ouro” do Rádio.

O Baião, esse gênero de música repinicado e gostoso que está suplantando o samba na preferência do público, além de projetar o nome de Luiz Gonzaga, elevando-o à categoria de astro mais bem pago do rádio brasileiro, teve a faculdade de tirar do anonimato uma figura singular de sanfoneiro que se encontrava perdida no agreste: o “seu” Januário dos oito “baixos”, pai do popular estilizador no ritmo nordestino (Revista O Cruzeiro, agosto de 1952, apud VANDERLEY, 2022, p. 177).

Desde então, Luiz Gonzaga não parou de trabalhar, tendo, posteriormente, lançado outro ritmo musical, ao qual daria o nome de xaxado. Atenta à grande euforia do sucesso do “rei do baião”, a grande mídia da época tratou de incidir visibilidade sobre a novidade do artista, que lançou o xaxado no campo de São Cristóvão, local tradicionalmente marcado pela presença, costumes e tradições do povo nordestino que migrou para o Rio de Janeiro.

No campo de São Cristóvão São João com Xaxado – Luiz Gonzaga, o rei do baião, lança o seu novo ritmo perante uma assistência de 60.000 pessoas, reunidas no campo de São Cristóvão – balões com cédulas de 500 e de mil cruzeiros disputados na noite de S. João – Uma grande festa promovida pelas rádios Tamoio, Tupi e pela TV Tupi (Revista O Cruzeiro - junho de 1952 - texto de Silvio Autori e fotos de Jorge Lyra, apud VANDERLEY, 2022, p. 174-175).

Outras matérias de revista à época dão conta do estrondoso sucesso desta noite de junho de 1952, tão amplamente divulgada e promovida, como informa a citação anterior, pelas emissoras de rádio e televisão.

Na noite de 19 de junho, 60.000 pessoas reuniram-se no Campo de São Cristóvão para presenciar o lançamento do Xaxado. E o Xaxado foi lançado em meio à mais fabulosa festa realizada pelo rádio brasileiro. As emissoras “Associadas” de rádio e televisão, celebrando São João, apresentaram todo o seu quadro de artistas (Revista O Cruzeiro - junho de 1952, apud VANDERLEY, 2022, p. 174-175).

Desse cenário, podemos extrair a dimensão da potência e relevância do “Rei do Baião” na época, compreendendo que Luiz Gonzaga já vivenciava na prática a aplicação da teoria da Folkcomunicação antes mesmo de sua composição, pois esta

somente viria a ser formulada pelo também pernambucano, Luiz Beltrão, anos depois, em 1967.

Folkcomunicação é um processo de intercâmbio de mensagens através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore e, entre as suas manifestações, algumas possuem caráter e conteúdo jornalístico, constituindo-se em veículos adequados à promoção de mudança social (BELTRÃO, 2001, p. 73).

Com isso, Gonzaga ganhou fama, notoriedade e visibilidade midiática como artista popular que expressava a vida do povo do sertão nordestino, atuando já com presença impactante nas estações de rádio durante o auge de ambos, que coincidiu de ser nos anos 1940 no Brasil. Posteriormente, o seu rosto passou a ser mais conhecido, a partir das apresentações que fazia na televisão, logo após a introdução do veículo no cenário brasileiro.

O Xaxado e sua festa de apresentação constituíram um dos maiores espetáculos do rádio brasileiro. Luiz Gonzaga, trazendo das caatingas do Nordeste este novo ritmo, acrescentou aos seus sucessos mais um tento espetacular. O xaxado já pegou e vai se popularizar como o baião (Revista O Cruzeiro - junho de 1952, apud VANDERLEY, 2022, p. 174-175).

Isto é, na prática os meios de comunicação já exercendo atuação no sentido de garantir uma apropriação da cultura popular e vice-versa, criando uma cultura midiática em que ambas se beneficiam no processo folkcomunicacional, conforme explica o professor Hohlfedt (2003) ¹⁰³.

A folkcomunicação não é, pois, o estudo da cultura popular e do folclore, é bom que se destaque com clareza. A folkcomunicação é o estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos (HOHLFEDT, 2003).

Questionado em entrevista pela Revista Veja de Fevereiro de 1970, sobre o que considera como a verdadeira música popular brasileira, Luiz Gonzaga prontamente responde:

É a música do povo. É a mensagem sobre nossa vida, é comunicação (que já havia no passado, não é coisa de hoje). Nossa música cresceu, evoluiu, mas a verdadeira música brasileira é o samba, o baião, o folclore do Rio Grande do Sul, os sucessos do carnaval. Sua riqueza maior está no

¹⁰³ HOHLFEDT, Antônio. Novas tendências nas pesquisas da folkcomunicação: pesquisas acadêmicas se aproximam dos Estudos Culturais. In: PCLA – vol 4, nº 2, 2003. Disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista14/artigos%2014-1.html>. Acesso em: 10 out. de 2023.

regionalismo (Revista Veja – fevereiro de 1970, apud VANDERLEY, 2022, p. 311).

Vemos, portanto, que Gonzaga estabelece vínculos de identidade muito forte com a população da sua região, expressos através de sua música. Assim como ele, a autora Sigrist (2013) igualmente reconhece que:

No Brasil, as tradições se apresentam com a fisionomia da cultura popular: as festas, os ritmos, os folguedos e tantas outras manifestações contribuem para a construção da identidade nacional. Esta, por sua vez, não se apresenta clara, pelo menos para nós brasileiros, que convivemos com uma diversidade cultural bastante significativa (SIGRIST, 2013, p. 653).

Em seu depoimento, Gonzaga também reconhece o regionalismo como sendo o responsável pela riqueza da música brasileira, nascente daquilo que é popular, porém o sociólogo e folclorista Manuel Diegues Júnior (1970) alerta que “o regional recebe do universal o seu sentido peculiar, sua originalidade social, sua característica mais íntima” (Diegues Júnior, 1970, p. 205) e apresenta seu olhar regional, considerando a região em sua natureza como espaço físico-social ou físico-cultural, onde os traços sociais e culturais apontam padrões comuns.

O regional não é estadual nem municipal; podem, em alguns casos, coincidir. Há sempre, na ideia regional, uma base física de ambiente formado por condições climáticas, de vegetação, de solo, de animais, de água; e de base social, de formação de grupo humano, do processo de ocupação pelo homem, nas relações sociais que se estabelecem, com traços de cultura que o distinguem ou o caracterizam mais especificamente. Distinguindo, portanto, estes traços uma região em face de outra região (DIEGUES JÚNIOR, 1970, p. 205).

Ocorre que esse regionalismo popular se encontra na estreita fronteira entre o povo e a massa. O dicionário¹⁰⁴, expressa a diferença entre os dois vocábulos, considerando o povo como um “conjunto de indivíduos que constituem uma nação” e massa relacionada simplesmente à “multidão ou aglomerado de pessoas”.

Em depoimento à Revista do Rádio, em fevereiro de 1963, o artista revela para a jornalista francesa Dominique Dreyfus que “eu canto porque a minha música representa a luta e o sofrimento do meu povo, o sacrifício, as injustiças, a falta de meios, denuncio!” (Vanderley, 2022, p. 265). Nisto, Gonzaga se posiciona como sendo o porta-voz do seu povo. Essa função é conceituada pelo pesquisador Osvaldo Trigueiro como ativista midiático, trazendo o sentimento de pertencimento

¹⁰⁴ Disponível em: <https://www.dicio.com.br/>. Acesso em: 15 ago.de 2023.

através das letras e das melodias das canções que interpretava.

O ativista midiático age motivado pelos seus interesses e do grupo social ao qual pertence na formatação das práticas simbólicas e materiais das culturas tradicionais e modernas para o uso da vida cotidiana. É um narrador da cotidianidade, guardião da memória e da identidade local, reconhecido como porta-voz do seu grupo social e transita entre as práticas tradicionais e modernas, apropria-se das novas tecnologias de comunicação para fazer circular as narrativas populares nas redes globais (TRIGUEIRO, 2013, p. 856).

Ratificando a atuação do cantor como ativista midiático, o importante folclorista brasileiro Luiz da Câmara Cascudo, escreveu, em janeiro de 1973, sobre Luiz Gonzaga, em Natal.

Luiz Gonzaga é uma legitimidade do sertão tradicional. Sua inspiração mantém as características do ambiente poderoso e simples, bravio e natural, onde viveu. Não imita. Não repete. Não pisa rastro de nome aclamado. É ele mesmo, sozinho, inteiro, solitário, povoando os arranha-céus com as figuras imortais do Nordeste, ardente e sedutor, fazendo florir cardeiros e mandacarus, levantando o mormaço dos tabuleiros através das cidades tumultuosas onde permanece. (...) Luiz Gonzaga é um documento da cultura popular. Autoridade da lembrança e idoneidade da convivência. (...) Luiz Gonzaga presta-nos, a nós devotos das permanentes culturas brasileiras, a colaboração sem preço de uma informação viva, pessoal, humana. Sanfoneiro do sertão, brasileiro do Brasil, os que amam terra e gente nativa te saúdam na hora em que tua voz se eleva, vivendo a sensibilidade profunda da tu'alma sertaneja... (VANDERLEY, 2022, p.327).

Diante disto, temos em Luiz Gonzaga a principal referência para o que aconteceu nos anos posteriores com relação ao estilo musical preferido do povo cearense: o forró (também conhecido como forrobodó ou arrasta-pé); cujo ritmo é o mais tocado durante o mês de junho nas festas de São João. Sobre o termo “forrobodó”, Draper (2014) considera que esta é uma “corrente ideológica defendida pelos músicos mais tradicionais, pesquisadores do forró e da música sertaneja, de forma mais generalizada” (Draper, 2014, p.27).

Tamanha é a importância deste gênero musical que, em setembro de 2005, o presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, sancionou a lei 11.176¹⁰⁵, que institui o dia 13 de dezembro como o “Dia Nacional do Forró”, em homenagem à data de nascimento de Luiz Gonzaga, o “Rei do Baião”.

O fato de Gonzaga ter dado o pontapé inicial para a preferência pela música

¹⁰⁵ Casa Civil Presidência da República – Lei 11.176. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Lei/L11176.htm. Acesso em: 28 set.de 2023.

de forró, embalada ao tom de exaltação do povo nordestino, permitiu que o som da sanfona e demais instrumentos caíssem no gosto popular e que, nas décadas posteriores, outros artistas pudessem surgir no cenário musical (Dominguinhos, também pernambucano e contemporâneo a Gonzaga, foi um dos seus principais sucessores), surgindo depois outros artistas e bandas que introduziram novos elementos ao ritmo.

6.1.4 Inspiração em Luiz Gonzaga: nasce o forró eletrônico

Gonzaga viveu até o ano de 1989, e já nas décadas seguintes, começou a despontar no Ceará um novo fenômeno muito relacionado ao forró tradicional¹⁰⁶ e à cultura de massas. Com o avanço da tecnologia, quando os meios de comunicação foram ficando mais aperfeiçoados, com a televisão bem consolidada e o rádio ainda ocupando um lugar importante no Brasil, foram surgindo no Ceará novos cantores, sanfoneiros, grupos, duplas e artistas independentes e autônomos, que logo depois deram lugar a grandes bandas musicais, que acrescentavam elementos novos na composição musical do ritmo, agora subclassificado como “forró universitário”¹⁰⁷ ou “forró eletrônico”¹⁰⁸.

No campo das comunicações, os anos 80 foram marcados pelo maior avanço da história latino-americana. Assistimos a um aumento singular do número de emissoras de televisão, o lançamento de satélites domésticos, o enlace mundial de satélite, a implantação e inserção na rede mundial de transmissão de dados, a introdução de TV a cabo, da TV por assinatura, a abertura de emissoras em UHF, a formação de redes regionais de televisão, a introdução de parabólicas em todos os países, e a entrada indiscriminada de equipamentos de telecomunicações e de radiodifusão por intermédio das corporações internacionais, com beneplácito da maioria dos governos e apesar das leis e protecionismos (FESTA; SANTORO, 1991, p. 180).

¹⁰⁶ O Forró tradicional pode ser associado ao estilo conhecido como pé de serra e “surge em meados dos anos 1940. Caracteriza-se pela criação artística do universo rural do homem sertanejo” (SILVA, 2003, p. 15).

¹⁰⁷ O Forró Universitário é um estilo de forró voltado para a classe elitizada economicamente e “surge a partir de 1975 (1ª fase), mas consolidou-se na década de 1990 (2ª fase). É fruto da junção do forró tradicional com os ritmos pop e rock” (SILVA, 2003, p. 15). Para Draper, o Forró Universitário “é o nicho que corresponde àquelas bandas associadas ao capital cultural da universidade. Essa associação vem através dos próprios membros da banda com formação universitária, bem como a comunidade de estudantes universitários e graduados que compõem grande parte do seu público regular” (DRAPER, 2014, p. 193).

¹⁰⁸ “O Forró Eletrônico é contemporâneo da segunda fase do forró universitário. Ele surgiu em 1993 e se inspira na música sertaneja romântica (country music), no romantismo conhecida como brega e no axé music. As bandas de forró eletrônico são compostas por músicos, bailarinos e dezenas de integrantes. A linguagem do forró eletrônico é estilizada, eletrizante e visual. Os shows apresentam muito brilho, iluminação e teatralização” (LIMA, 2010, p. 144 – 145).

Ocorre que esse forró eletrônico já nasce a partir de uma perspectiva muito mais industrializada e empresarial, com a presença de grandes gravadoras, que produziam, assessoravam e organizavam as agendas de grupos de forró que surgiram com um estilo diferenciado daquele produzido pelo “Rei do Baião”.

Com o chegar da noite, intensifica-se, no som da cidade, uma batida musical já naturalizada pelas bandas de cá, do Nordeste brasileiro: a soma da sanfona, da percussão, da bateria, do saxofone e de tantos outros instrumentos musicais que compõem o chamado “forró estilizado” (BRAGA, 2015, p. 28).

Como afirma Braga (2015), houve a introdução de outros instrumentos compondo os arranjos musicais do forró, agora mais modernos, estilizados e adaptados a outro estilo de público, destinados à população mais jovem e mais urbana, ainda que algumas letras continuassem explorando o ambiente rural, da vida sertaneja, enaltecendo a figura do vaqueiro, também muito retratada por Luiz Gonzaga em suas canções.

Resultado das intensas transformações econômicas, sociais e culturais, o forró passou por mudanças estéticas abominadas pelos eruditos do Nordeste e aclamadas pela imensa maioria dos frequentadores dos bares e casas de shows de quase toda a região. O tradicional “trio nordestino” – o triângulo, a sanfona e a zabumba – agora convivem com instrumentos musicais símbolos de gêneros como o rock e o axé (BRAGA, 2015, p. 28).

Neste contexto, surgiu no Ceará o grande complexo empresarial do ramo musical de forró, iniciado na década de 90 e ainda hoje existente, denominado *SomZoom Sat*. “A *SomZoom*, por exemplo, surge para dar sustentação de mercado à primeira banda de forró eletrônico, a *Mastruz com Leite*, fundada em 1991”(Braga, 2015, p. 29).

Fundada pelo famoso empresário Emanuel Gurgel, em Fortaleza (CE), o grupo administrava dezenas de bandas de forró no Ceará, como as bandas *Mastruz com Leite*, *Forró Cavalo de Pau*, *Forró Mel com Terra*, dentre outras 62 bandas bem conhecidas do público da capital e do interior cearense, assim como de outros estados nordestinos, por onde circulavam fazendo *shows*, espetáculos, apresentações e vendendo discos.

A ideia, na época, foi juntar no mesmo segmento rádio e transmissão via satélite, música – no caso o forró eletrônico – produção de CDs, shows e vaquejada. Diante desse projeto comercial, o formato de filiação à rede, com conteúdo de forró, foi original no país (LIMA, LOPES; 2016, p. 211).

Sendo este um negócio original no país, rapidamente tornou-se um empreendimento comercial de massa muito rentável, fazendo surgir posteriormente outros grandes conglomerados do ramo forrozeiro, como a *A3 Entretenimentos* (em 2006) e a *Social Music* (em 2011). Esses grandes grupos tinham abertura e entrada fácil para se apresentar frequentemente nos programas de televisão regionais, como na emissora *TV Diário*, de Fortaleza, pertencente ao mesmo grupo de mídia de nossa pesquisa, o *Sistema Verdes Mares*, através do canal 22, que conquistou muita audiência em programas populares, apresentando uma estética profundamente regional.

No início dos anos 2000, surgiu uma televisão local em Fortaleza, capital do Estado do Ceará, pertencente ao *Sistema Verdes Mares de Comunicação*, com o nome de *TV Diário* e o slogan de “A TV do Nordeste”. A emissora aparece com um *jingle* repleto de expressões de uso local, mostrando que veio para ser “a TV que fala a língua da gente”. O canal surgiu como um sopro de esperança para trazer uma maior verossimilhança da relação entre o nordestino e os *media* com imagens, no sentido audiovisual. Teríamos, finalmente, uma televisão nossa, que mostraria a nossa gente na realidade, sem rótulos ou caricaturas vindas de fora, sem ninguém que falasse por nós, ou seja, nós falaríamos por nós mesmos (CARVALHO, 2019, p. 13).

Foi um ciclo em que realmente os artistas adquiriram muita fama, prestígio, bens e riqueza a partir dos seus trabalhos no universo forrozeiro. A partir da recorrente exploração das músicas e da imagem dos vocalistas das bandas, através de suas exhibições nos palcos, rádios, jornais e canais de televisão da época, estes acabavam se tornando uma espécie de celebridades regionais, a exemplo da vocalista da destacadíssima banda *Mastruz com Leite*, Kátia Cilene, que ainda hoje é renomada e popular no ramo de forró na região. A esse fenômeno, que envolve aspectos empresariais, estratégicos, populares e midiáticos, Lucena Filho (2013) conceituou como Folkmarketing.

Nossa visão é que, quando as ações de marketing nos eventos estão direcionadas para um projeto cultural em que as estratégias comunicacionais apoiam-se nas expressões folclóricas e na apropriação dos elementos culturais populares, trata-se de uma estratégia de FOLKMARKETING (LUCENA FILHO, 2013, p. 714).

Depois da safra inicial de bandas de forró, outras bandas surgiram, com outras roupagens, utilizando letras que passaram paulatinamente a explorar menos o universo rural e trazendo as composições musicais mais adaptadas para o estilo de vida no ambiente urbano, que embalavam as noitadas da capital cearense. Com

este movimento, muitas casas de shows¹⁰⁹ populares dedicadas ao forró apareceram em Fortaleza, algumas nos anos 1980, mas a maioria nas décadas seguintes. A matéria¹¹⁰ divulgada no *Jornal Diário de Nordeste* em junho de 2022 destaca que “Fortaleza, à época – entre 1980 e o início dos anos 2000 – era considerada a cidade mais festeira do Brasil e a capital internacional do forró”.

Estas, sempre contavam com grande presença de público, como exemplo do *Parque do Vaqueiro* (pelo nome, nota-se ainda a influência do mundo rural nas casas de show de sucesso da capital), o *Pau de Arara*, *Cajueiro Drinks*, *Sítio Siqueira*, *Clube do Vaqueiro*, *Brisa do Lago* e tantas outras. Abaixo se pode ver o registro divulgado pela página do *instagram @fortalezaantigamente*, que divulga fotos antigas com o intuito de “reviver os bons momentos de Fortaleza e região”. Na foto, uma noite de festa na capital cearense, no *Cajueiro Drinks*, em Fortaleza, com casais dançando forró, nos anos 1990.

Figura 12 - Foto da Casa de show *Cajueiro Drinks* em noite de festa, em Fortaleza, anos 1990.

¹⁰⁹ Reportagem do *Jornal O Povo* sobre as mais célebres casas de shows de Fortaleza e Região Metropolitana. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/vidaearte/2021/12/13/8-casas-de-show-de-forro-que-marcaram-a-historia-do-ceara-relembre.html>. Acesso em: 25 set. de 2023.

¹¹⁰ Reportagem do *Jornal Diário do Nordeste* sobre as memórias das casas de shows de forró de Fortaleza. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/verso/quem-viveu-sabe-da-topique-fretada-ao-forro-na-chuva-memorias-das-casas-de-show-de-fortaleza-1.3240657>. Acesso em: 10 out. de 2023.



Fonte: *Instagram @fortalezaantigamente*. Acesso em: 08 de out. de 2023.

Algumas destas casas, com o tempo, não resistiram e chegaram a falir, enquanto outras surgiram muito potentes e muito bem amparadas em grupos de comunicação, que faziam divulgação e propagandas nas emissoras de rádio e televisão, sendo algumas destas de domínio dos próprios empresários desses grupos de forró.

Todas essas empresas adotaram estratégias de mercado semelhantes: criar uma estrutura que oferecesse sustentação às suas bandas. Assim, foram criadas redes de rádio, parcerias com emissoras de televisão, estúdios de gravação, editoras, além de clubes de forró espalhados por Fortaleza e Região Metropolitana (BRAGA, 2015, p. 29).

Diante de tamanha oferta, a juventude da capital se mobilizava aos finais de semana para comparecer aos eventos junto aos amigos para dançar, beber e se distrair ao som das bandas que se tornaram fenômenos a partir dos anos 1990; como é possível ver na matéria de jornal publicada em 1997, onde compareceram mais de 10 mil pessoas na “II Festa Show, alusiva ao 21º aniversário da FM 93, ocorrida no Clube Brisa do Lago, no Mondubim”.

Figura 13 - Matéria jornalística sobre festa da emissora de rádio FM 93 (SVM) em casa de forró de Fortaleza, em 1997.

Festa Show aconteceu no Brisa do Lago

André Lima



Festa, alegria e descontração. Esses foram os ingredientes que envolveram mais de 10 mil pessoas, ao participarem, ontem, da II Festa Show, alusiva ao 21º aniversário da FM 93, ocorrida no Clube Brisa do Lago, no Mondubim. Ao todo, foram 11 atrações que animaram o público pela manhã e parte da tarde, repetindo o sucesso da promoção, que visa, sobretudo, levar lazer e diversão para diferentes pontos da cidade.

Com a música ao vivo de bandas e cantores locais, o público ficou cativo à festa, que teve atrações já consagradas pela preferência do ouvinte da emissora. Participaram da promoção a banda Alto Som, Dadá Moreira, Falido e Mal Pago, Dedim Gouveia, Ribeiro Santos, Banda Alta Tensão, Banda Zamzibar, Renato Black, Banda Tropicaliente, Tony Morais, Banda Passaport e Waldonnis.

Para o comerciante Antônio Demontier de Souza Filho, residente no Henrique Jorge, a ideia dos organizadores da festa foi feliz, principalmente porque conciliou o ambiente agradável da Brisa do Lago com atrações do gosto do ouvinte. Além, bastaram os primeiros acordes da Banda Alto Som, para que, rapidamente, fosse propiciado o envolvimento da multidão na festa. Uma das características reconhecidas da Festa Show é a manutenção de um bom esquema de segurança aliado ao ambiente descontraído, próprio para a realização de uma festa.

DISPARANDO NA AUDIÊNCIA - Segundo o diretor de programação da FM 93, Wil Nogueira, o tipo de atração é, na verdade, uma forma de atender às exigências do público da Verdinha, que tem se mostrando fiel ao longo desses anos à emissora, tendo como prova absoluta o fato de ser campeã disparada na audiência no Estado.

Festa, alegria e muita descontração no Brisa do Lago, em Mondubim

Fonte: Arquivo Diário do Nordeste ¹¹¹.

Isso ratifica que “a indústria do forró concebe em Fortaleza como uma espécie de ‘laboratório’ para as bandas de forró” (Braga, 2015, p. 33), considerando que, devido à visibilidade e possibilidade de crescimento no ramo do forró ser tão consolidada e promissora no Ceará, muitos artistas provenientes de outras cidades e estados nordestinos, escolhiam Fortaleza como local para trabalhar neste setor e fixar residência.

“Estouradas” na mídia regional (termo que se costuma usar no cenário forrozeiro), os grupos das décadas de 2000 e 2010, como a *A3 Entretenimentos*, lançaram bandas que ultrapassaram as fronteiras regionais dos estados do Nordeste e conquistaram êxito nacional; foi o caso das bandas *Aviões do Forró*, *Solteirões do Forró*, *Garota Safada* e outras, que ganharam espaço em programas de televisão do Sudeste de exibição nacional¹¹², conquistando mais público nesses estados, para além dos nordestinos migrantes que lá viviam.

De acordo com Coelho (1993), isso revela um traço de desigualdade, tanto de transmissão quanto de assimilação por parte do público do conteúdo veiculado,

¹¹¹ Disponível em <<https://www.playbuzz.com/unidaded10/tbt-casas-de-show-que-marcaram-poca-em-fortaleza-e-rmf-parte-2>>. Acesso em: 10 de out. de 2023.

¹¹² Participação da banda Aviões do Forró no Programa “Domingão do Faustão”, da Rede Globo, em 2012. Disponível em: <<https://gshow.globo.com/programas/domingao-do-faustao/Apresentacoes-musicais/noticia/2012/01/musica-animada-dos-avioes-do-forro-agita-sua-tarde-no-domingao.html>>. Acesso em: 25 de set. de 2023.

característico da indústria cultural brasileira.

No Brasil, porém, a cultura formada pela indústria cultural está longe de ser homogênea. Como já foi dito, as desigualdades gritantes na divisão da renda nacional impedem que se fale na existência, no Brasil, de uma sociedade de consumo; há bolsões de consumo, em certas regiões, ao lado de grupos voltados para o subconsumo e de outros entregues ao desespero da simples sobrevivência. Assim, mesmo que a indústria cultural *tenda* a veicular uma cultura só para toda a sua audiência, a disparidade entre os receptores é tamanha que essa cultura, *embora tendendo para a uniformidade*, não pode deixar de apresentar vertentes diversas. A indústria cultural apresenta aqui, assim, fatias mais populares, ou popularescas, e fatias mais eruditas, ou "erudicizantes". De um lado, na TV, são programas de auditório como os do "Homem do Sapato Branco", Bolinha, Raul Gil, Sílvio Santos; do outro, os concertos musicais, espetáculos de balé e os programas de entrevistas ou debates (COELHO, 1993, p. 38).

Ou seja, a euforia foi tão grande que o mercado forrozeiro, que antes era local-regional, passou a conquistar também o cenário nacional, num período em que a internet ainda vivia uma era inicial da Web 2.0, cuja interatividade era ainda limitada em comparação aos padrões atuais.

A natureza do World Wide Web mudou da página estática e individual, e-mail (Web 1.0), para o que temos hoje (Web 2.0) em que um conjunto de novos recursos, tais como, redes sociais, wikis e mensagens instantâneas, transformaram as formas como nós, indivíduos e empresas, utilizamos a rede. Hoje, as tecnologias de "Web 3.0" também conhecidas como "Web Semântica", começam a ganhar força dois lados do firewall, transformando o mundo e o mercado (KOO, 2009, p. 119).

O fenômeno forrozeiro ganhou tão grandes proporções que os grupos de Fortaleza passaram a fixar uma agenda organizada das casas de shows da capital de acordo com os dias da semana; por exemplo, as casas *Forrozim*, *Danadim* e *Curral do Boi* estavam abertas todas as quintas-feiras, o ainda resistente *Cantinho do céu* e o *Kangalha* eram tradicionais às sextas-feiras, enquanto o *Faroeste* e o *Forró no Sítio* funcionavam aos sábados, e assim por diante.

Sempre cheias, elas deveriam contar com um esquema de segurança para evitar furtos, assaltos ou algum tipo de violência dentro e nos arredores desses espaços, a fim de proporcionar um momento de divertimento e lazer ao público que pagava o ingresso para assistir os seus artistas e bandas favoritos, para dançar, beber, paquerar e se divertir. Nesse sentido, os frequentadores dessas casas, formaram um verdadeiro estilo de vida no "padrão forrozeiro" masculino e feminino, pois "mais do que lucro, o forró eletrônico ajuda a reforçar e reorganizar um estilo de vida através da sua produção e do seu consumo" (Braga, 2015, p. 33).

Além dos códigos simbólicos e dos símbolos utilizados mais por homens ou mais por mulheres, há no microuniverso do forró de Fortaleza, elementos que perpassam ambos os gêneros de modo mais ou menos semelhante, por estarem atrelados não necessariamente à condição de “ser homem” ou “ser mulher”, mas ao estrato social ao qual as pessoas pertencem. É o caso do camarote, dos alôs (quando o cantor ou o apresentador do show fala o nome de alguém da plateia ao microfone) e da cortesia, dentre outros elementos que estão ocultos naquele espaço, aparecendo, contudo, nos discursos proferidos ali (BRAGA, 2015, p. 134).

Diante da leve (mas não completa) decadência do movimento do forró nos anos finais da década de 2010, motivada, dentre outros fatores, pela mudança de estilo do próprio ritmo do forró e ascensão de outros estilos musicais brasileiros entre as novas gerações (como o sertanejo, o *funk* e a música eletrônica), e também devido ao aumento da violência na cidade, as grandes festas que antes costumavam iniciar a partir das 22h e terminar com o amanhecer do dia, tiveram de iniciar e encerrar mais cedo, até 2h ou 3h da madrugada; tudo isso fez com que pouco a pouco a maioria das casas de shows fechasse ou reduzisse consideravelmente suas atividades.

A matéria do jornal *Diário do Nordeste* revela ainda que “o forró empregou milhares de pessoas – de gerentes de bandas, músicos e compositores a profissionais de estúdios de gravação, dançarinos e coreógrafos”, mas depois o movimento arrefeceu. Prova disso é o próprio grupo *SomZoom Sat*, que reduziu consideravelmente seu quadro de funcionários e atividades, em comparação com o seu ápice. “No início dos anos 2000 o número de funcionários já foi quase 3 vezes maior do que o de hoje, chegando a 272, no auge do Grupo *Somzoom* e de suas bandas” (Lima, Lopes; 2016, p. 219).

Alguns empreendimentos, porém, ainda resistem, é o caso do *Kukukaya*, uma casa de shows que possui um estilo mais tradicional do forró, com decoração rural, que remete a uma fazenda do interior nordestino e musicalmente aproximada do estilo de forró raiz de Luiz Gonzaga. Com o *slogan* “O Nordeste tem sua tribo”, a casa costuma levar artistas ligados ao forró pé de serra, lambadas, forró das antigas, explorando bem menos o estilo moderno do forró eletrônico.

Figura 14 - Fachada da casa de shows *Kukukaya*, em Fortaleza.



Fonte: telemarketingmidiaonlinevip.¹¹³

Uma das estratégias das bandas para não cair no esquecimento em razão dos novos ritmos em ascensão, foi justamente realimentar o que já foi recorde de sucesso nas décadas anteriores, fazendo surgir um movimento de retorno também muito forte no cenário local denominado “fórró das antigas”, reaquecendo o mercado com shows de bandas tocando os maiores sucessos de outras épocas, atraindo novamente multidões às casas de shows e festivais de fórró. Membros de bandas que se desfizeram reapareceram no palco para euforia da plateia saudosa e nostálgica de um período de juventude muito agitado.

Outros cantores que seguiram carreira solo após o desfecho de suas bandas de origem, montaram shows revivendo o passado, como exemplo, a ex-vocalista da banda *Solteirões do Fórró*, *Taty Girl*, apresenta um show denominado “Baú da Taty Girl”, onde canta os maiores sucessos em sua voz. Há também o caso do show “TBT do Safadão”, em que o cantor Wesley Safadão, que alcançou fama nacional, promove todos os anos na capital cearense, tocando as músicas que “estouraram” na “era de ouro” do fórró no Ceará. Disto, observamos a utilização de termos, como

¹¹³ Imagem da casa de shows Kukukaya, na capital cearense. Disponível em: <https://telemarketingmidiaonlinevip.files.wordpress.com/2011/01/kukukaya1.jpg>. Acesso em: 25 set. de 2023.

“baú” e “TBT”¹¹⁴, sempre remetendo a algo do passado.

Vale lembrar que muitas músicas e bandas dessa época rapidamente se tornavam *hits* de sucesso, mas logo se tornavam obsoletas e deveriam ser substituídas por outras que talvez gerassem ainda mais engajamento; fazendo girar assim o ciclo baseado na lógica mercantilista da indústria cultural, que funciona como uma espécie de cultura perecível. Trata-se de “uma cultura que não vale mais como algo a ser usado pelo indivíduo ou grupo que a produziu e que funciona, quase exclusivamente, como valor de troca (por dinheiro) para quem a produz” (Coelho, 1993, p. 7).

Ocorre que esse movimento de retorno logrou o êxito almejado, com grande presença de público, porém trata-se do mesmo público que vivenciou o sucesso dessas bandas na juventude, uma geração que agora possui uma idade acima de trinta (30) anos; porém essa aposta não reciclou novas gerações, não havendo espaço para uma capilaridade de renovação de público.

Já por volta dos anos 2020, surgiram outros estilos aproximados do forró eletrônico universitário, um desses ritmos populares é chamado “piseiro”, e conta com novos artistas, advindos também do Nordeste brasileiro, mas que, com a consolidação da internet, já conseguem conquistar espaço e prestígio nacional de forma mais natural que os artistas de décadas anteriores.

Em 2021, o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) reconheceu o forró como Patrimônio Cultural Imaterial do Brasil¹¹⁵. Além disso, devido à sua variedade e abrangência, o ritmo foi classificado como um “super gênero” musical. O segundo ponto do artigo 2º da Convenção da UNESCO de 2003, traz o entendimento sobre o conceito de patrimônio cultural imaterial.

¹¹⁴ Sigla para o termo em inglês “Throwback Thursday”, podendo ser traduzido como “Quinta-feira do retorno” e possui caráter de gíria popular da internet, utilizado em legendas para fotos antigas publicadas em dias de quinta-feira nas redes sociais.

¹¹⁵ O forró é reconhecido como Patrimônio Cultural Imaterial do Brasil pelo IPHAN. Reportagem produzida pela CNN Brasil. Disponível em: [https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/forro-e-reconhecido-como-patrimonio-cultural-imaterial-pelo-iphan/#:~:text=Forr%C3%B3%20%C3%A9%20reconhecido%20como%20Patrim%C3%B4nio%20Cultural%20Imaterial%20pelo%20Iphan,-Em%20transmiss%C3%A3o%20via&text=Uma%20das%20maiores%20tradi%C3%A7%C3%B5es%20do,Arte%20Art%C3%ADstico%20Nacional%20\(Iphan\).](https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/forro-e-reconhecido-como-patrimonio-cultural-imaterial-pelo-iphan/#:~:text=Forr%C3%B3%20%C3%A9%20reconhecido%20como%20Patrim%C3%B4nio%20Cultural%20Imaterial%20pelo%20Iphan,-Em%20transmiss%C3%A3o%20via&text=Uma%20das%20maiores%20tradi%C3%A7%C3%B5es%20do,Arte%20Art%C3%ADstico%20Nacional%20(Iphan).) Acesso em: 28 set.de 2023.

Entende-se por “patrimônio cultural imaterial” as práticas, representações, expressões, conhecimento e saber-fazer assim como os seus instrumentos, objectos, artefactos e espaços culturais que se lhe associam com as comunidades, os grupos e, se for o caso, os indivíduos reconhecem como fazendo parte do seu patrimônio cultural. O patrimônio cultural imaterial, transmitido de geração em geração, é permanentemente recriado pelas comunidades e grupos em função do seu meio, da sua interacção com a natureza e a sua história, proporcionando-lhes um sentimento de identidade e continuidade, contribuindo assim para promover o respeito pela diversidade cultural e a criatividade humana (PINTO, 2005, p. 12).

Tudo isso nos ajuda a entender que o movimento do forró possui uma verdadeira potência no Ceará e a festa de São João acontece em meio a esse cenário, que explora com força esses artistas e bandas, atraindo multidões de fãs e aquecendo ainda mais o mercado, a mídia e o turismo da cidade no mês de junho. Assim como defende Castro (2012), entendemos que toda essa sofisticação faz com que a festa junina, que antes fora simples, comunitária, brejeira, pequena e interiorana, agora seja grande, urbana, massiva e comercial.

6.1.5 A atuação do Poder público nas festas de São João em Fortaleza

Atentos, portanto, à popularidade crescente e constante do fenômeno do forró e, conseqüentemente, da festividade junina na capital, a partir do início dos anos 2000 os gestores públicos começaram a investir nesta manifestação cultural, que antes era improvisada por algumas entidades, como a Igreja e a própria comunidade de modo voluntário. A possibilidade de uma manifestação popular, religiosa e cultural conquistar o espaço mercadológico incentivou o aperfeiçoamento da celebração num grau muito mais elevado no sentido comercial do termo.

Assim, a cada ano as prefeituras de algumas cidades começaram a explorar a festa em sentido macro, contratando grandes artistas para se apresentarem nos palcos preparados com uma superestrutura para recepcionar o público. É o caso do São João de Maracanaú, cidade industrial localizada na Região Metropolitana de Fortaleza (RMF), que existe desde 2005. Além dela, outras cidades foram também preparando suas próprias festividades de modo independente, através das verbas da Secretaria de Cultura ou de Turismo, ou de ambas.

A gestão “Fortaleza Bela” da Prefeitura de Fortaleza, liderada pela prefeita Luizianne Lins (2005-2012), inaugurou um calendário cultural muito mais pulsante do que existia até então na cidade. Uma agenda anual de programação foi preparada

para cada época do ano, movimentando intensamente festas que não tinham muita tradição na capital, como é o caso do próprio carnaval, que até este período esvaziava a cidade, pois não tinha nenhuma atratividade durante os quatro dias festivos e a população fortalezense se obrigava a viajar para cidades praianas do estado, ou procuravam a tranquilidade das cidades serranas, para descansar e aproveitar a época carnavalesca. Aqueles que escolhiam ficar em Fortaleza praticamente não contavam com grandes atrações públicas para desfrutar nestes dias de folga.

Após a inauguração do ciclo carnavalesco nos anos 2000, a cidade ficou agitada, com o referido ciclo iniciando já em janeiro, logo após a virada de ano, com o chamado “pré-carnaval de Fortaleza”, levando muitos foliões aos espaços festivos distribuídos na capital para assistir a apresentação de blocos carnavalescos e grupos de samba, em espaços culturais e turísticos tradicionais da cidade. O *blog* “Fortaleza em fotos”¹¹⁶ publicou sobre a festa do ano de 2010.

De acordo com a Prefeitura de Fortaleza, em 2010, R\$ 370 mil foram distribuídos entre 29 grupos de maracatus, blocos, cordões, escolas de samba e afoxés que desfilaram na Av. Domingos Olímpio. Além do incentivo dado pelo Edital do Carnaval de Rua de Fortaleza 2010, a Prefeitura assegura ainda a produção, organização e toda a infraestrutura da festa (2010).

Desde então, as demais gestões mantiveram até os dias atuais o ciclo carnavalesco da capital, desobrigando o deslocamento dos fortalezenses para outras cidades para aproveitar a data festiva. Aliado à atuação do poder público (iniciada timidamente nos anos 1980 e 1990), e de forma mais incisiva a partir dos anos 2000, a evolução dos sistemas de comunicação e a ampliação do acesso a eles, o estado do Ceará, que antes fora encarado como um lugar próprio do atraso, marcado pela seca e povo sofredor, passa a receber investimentos para impulsionar o seu turismo.

Na visão de Carvalho (2017), as grandes obras públicas, juntamente com “o crescimento do mercado turístico e do mercado de entretenimento, as intervenções de infraestrutura e o investimento em comunicação, tudo isso é parte do modelo de

¹¹⁶ Matéria de 18 de fevereiro de 2010 sobre “O Carnaval da Avenida Domingos Olímpio”. Blog “Fortaleza em fotos”. Disponível em: <http://www.fortalezaemfotos.com.br/2010/02/o-carnaval-da-avenida-domingos-olimpio.html>. Acesso em: 02 out. de 2023.

gestão da cidade-mercadoria” (Carvalho, 2017, p. 83), no sentido de expor a cidade na vitrine dos grandes negócios comerciais.

A gestão pública de Fortaleza passa a realizar intensas campanhas publicitárias de incentivo à visitação à capital cearense, com forte apelo às belezas naturais do litoral, das músicas de artistas e bandas locais e explorando o bom humor e a alegria do povo cearense.

Através do FOLKMARKETING, as organizações públicas e privadas identificam-se com seus públicos-alvo falando a linguagem que eles querem ouvir e mostrando as imagens que eles querem ver, fazendo assim com que percebam os valores que querem agregar para suas marcas e/ou produtos (LUCENA FILHO, 2013, p. 715).

Com isso, Fortaleza injetou ano a ano o impulsionamento da quantidade de turistas na cidade, tanto nacionais como estrangeiros, conforme se pode ver nos dados da Secretaria de Turismo do Estado do Ceará. No documento, é possível identificar um aumento anual do número de turistas na cidade de Fortaleza a partir de 2010, com atenção para uma redução significativa nos dados do ano de 2020, em razão do início da pandemia de covid-19, que impediu a viagem e circulação intensa de pessoas.

Tabela 2 - Demanda Turística de Fortaleza entre os anos de 2010 e 2020, segundo a Secretaria de Turismo do Estado do Ceará.

Demanda turística via Fortaleza 2010/20

ANOS	Total		Nacional		Internacional		Participação do Fluxo Internacional (%)
	Turistas	Índice	Turistas	Índice	Turistas	Índice	
2010	2.691.729	100,0	2.472.299	100,0	219.430	100,0	8,2
2011	2.848.459	105,8	2.628.361	106,3	220.098	100,3	7,7
2012	2.995.024	111,3	2.761.412	111,7	233.612	106,5	7,8
2013	3.141.406	116,7	2.895.646	117,1	245.760	112,0	7,8
2014	3.262.259	121,2	2.989.465	120,9	272.794	124,3	8,4
2015	3.343.815	124,2	3.065.292	124,0	278.523	126,9	8,3
2016	3.243.501	120,5	2.978.347	120,5	265.154	120,8	8,2
2017	3.384.593	125,7	3.110.441	125,8	274.152	124,9	8,1
2018	3.560.575	132,3	3.217.853	130,2	342.690	156,2	9,6
2019	3.708.821	137,8	3.333.859	134,8	374.962	170,9	10,1
2020	1.623.498	60,3	1.509.853	61,1	113.645	51,8	7,0

Fonte: SETUR/CE

Av. Washington Soares, 999 - Edson Queiroz
Pavilhão Leste - Portão E - 2º Mezanino
CEP: 60.811-341 • Fortaleza/CE
Fone: (85) 3195.0200

Ceará GOVERNO DO ESTADO

Fonte: Documento *Indicadores Turísticos 2010/2020*, da Secretaria de Turismo do Estado do Ceará.

Em 2014, Fortaleza recebeu um grande evento, de porte internacional, quando foi uma das cidades-sede da Copa do Mundo realizada no Brasil, com partidas de futebol realizadas na Arena Castelão, estádio que foi completamente reformado de acordo com o chamado “Padrão FIFA” de qualidade para recepcionar os torcedores nacionais e estrangeiros, fazendo com que a administração pública estimulasse ainda mais a captação de turistas para a cidade, que ficou conhecida em campanhas publicitárias como “a capital da alegria”.

A escolha de Fortaleza como uma das sedes da Copa do Mundo de 2014 representou, para os gestores do estado e da cidade, uma oportunidade de fortalecer ainda mais a imagem de destino turístico e criar representações tidas como positivas para o mercado internacional e para a população local (CARVALHO, 2017, p. 83).

De forma semelhante, e praticamente simultânea ao ocorrido com o ciclo carnavalesco da capital, aconteceu também com a festa de São João em Fortaleza. Os esforços em torno dela e no campo cultural da cidade foram ampliados a cada ano e os interesses individuais, coletivos e comerciais também.

Até que, a partir da década de 2010, o projeto “São João de Fortaleza - o

maior São João de capital do país”, realizado no Aterro da Praia de Iracema, foi implantado como uma iniciativa do *Sistema Verdes Mares* e apoio do Governo do Estado do Ceará, da Prefeitura de Fortaleza e de diversos patrocinadores privados. Sobre este esforço coletivo, o pesquisador Lucena Filho (2013) alerta que:

No processo de FOLKMARKETING, é importante que as empresas públicas e privadas acompanhem as mudanças sociais, econômicas e culturais da região onde atuam, como forma de conhecer e participar ativamente do mercado (LUCENA FILHO, 2013, p. 715).

Assim, no Aterro da Praia de Iracema, era montada uma verdadeira arena dedicada somente à festa de São João, durante três ou quatro dias seguidos, contando com barracas de comidas típicas, roda gigante, areninha exclusiva para apresentação de quadrilhas juninas infantis e arquibancadas para assistir ao espetáculo; além, obviamente, do palco principal, montado para as apresentações de bandas e cantores conhecidos do público local, mas também dos turistas presentes na cidade, com os artistas nacionais; como foi o caso da cantora Elba Ramalho, que se apresentou na edição de 2016, conforme cartaz abaixo.

Figura 15 - Cartaz de divulgação do São João de Fortaleza 2016



Fonte: Página do *facebook* do São João de Fortaleza 2016 ¹¹⁷.

Ocorre que a progressiva midiatização da atualidade quase “obrigou” a ocorrência de um visível processo de espetacularização e a “estilização” da festa, porque, como explicam os autores abaixo.

Com a midiatização crescente, os campos sociais, que antes podiam interagir com outros campos segundo processos marcados por suas próprias lógicas e por negociações mais ou menos específicas de fronteiras, são crescentemente atravessados por circuitos diversos (JACKS, JANOTTI JUNIOR, MATTOS; 2012, p. 44).

Na mesma linha de pensamento da midiatização, vemos, mais recentemente, a utilização popular do termo “instagramável”, relacionado à rede social *Instagram*, para dizer que determinado evento ou ambiente possui decoração, adereços e elementos suficientemente aceitáveis para publicação, consumo e divulgação virtual nas redes sociais. Isso, nos dias de hoje, dita as regras para a formação de um evento.

Afirmamos que as mudanças decorrentes de processos de interação “em midiatização” modificam (e modificarão crescentemente) o perfil, os sentidos e os modos de ação dos campos sociais; que outros campos se desenvolvem; e sobretudo que os modos de interação entre os campos sociais e entre cada um destes e a sociedade ao largo continuarão a se modificar (JACKS, JANOTTI JUNIOR, MATTOS; 2012, p. 46).

Ou seja, para a população predominantemente urbana e familiarizada com o meio digital dos dias atuais, já não contempla muito a experiência de uma festividade pouco estilizada; com figurinos, acessórios e indumentárias sem sofisticação, como fora em outros tempos, de celebração daquele São João ingênuo e comunitário. A festa contemporânea precisa estar visualmente bonita para ser exibida na televisão e em outros meios digitais; a capacidade de impactar e causar fascínio, magia e deslumbramento importam em demasia, porque a midiatização é um processo que faz parte da vida dos cidadãos do corrente século XXI.

Os diferentes campos sociais, no seu trabalho de articulação com o todo social, desenvolvem táticas e usos para as tecnologias disponíveis, moldando-as a seus objetivos. Ao experimentarem práticas mediáticas, ao se inscreverem, para seus objetivos interacionais próprios, em circuitos midiatizados, ao darem sentidos específicos ao que recebem e transformam e repõem em circulação – os campos sociais agem sobre os processos, inventam, redirecionam ou participam da estabilização de procedimentos da midiatização (JACKS, JANOTTI JUNIOR, MATTOS; 2012, p. 45).

¹¹⁷ Disponível em: <https://www.facebook.com/SaoJoaoDeFortaleza/>. Acesso em 05 out. de 2023.

Fortaleza atualmente possui o seu calendário festivo anual próprio, regularmente distribuído da seguinte forma:

- Pré-carnaval - (Janeiro e Fevereiro);
- Carnaval - (Fevereiro);
- Semana Santa - Páscoa - (Abril);
- São João - (Junho);
- Fortal (Micareta¹¹⁸ e mês de férias) - (Julho);
- Nossa Senhora da Assunção (Padroeira de Fortaleza) - (15 de Agosto);
- Dia da independência do Brasil – (07 de Setembro);
- Dia de Nossa Senhora Aparecida (Padroeira do Brasil) – (12 de Outubro);
- Proclamação da República – (15 de Novembro);
- Natal e Ano Novo (24 e 31 de Dezembro).

Assim, entre datas cívicas, religiosas, festivas e comerciais, Fortaleza se organiza para vivenciar cada um desses momentos dentro de um ciclo anual. Porém, é importante dizer que, além dos eventos pertencentes ao calendário fixo apresentado, ao longo do ano inteiro, a cidade oferta uma cartela variada de programação cultural extra, que vai desde pequenas apresentações musicais aos finais de semana a grandes festivais com artistas e bandas locais, nacionais e internacionais. Sem dúvida, tudo isso impulsiona muito o potencial e desenvolvimento de uma cidade que se insere no cenário de disputa de mercado turístico.

6.1.6 A atmosfera do São João de Fortaleza

Focando apenas no São João, vemos que no final de maio, a cidade já começa a se mobilizar e entrar no clima da festa, onde já é possível visualizar muitos estabelecimentos da cidade decorados com a temática junina. As igrejas começam a recordar os santos adorados de junho, as bandeirinhas enfeitam o cenário em muitos espaços, as quadrilhas juninas aceleram o ritmo dos ensaios que já acontecem desde o começo do ano. São sinais de que se aproxima a época

¹¹⁸ No Brasil, micareta é uma festa que ocorre nas capitais e outras cidades dos estados; possui caráter popular, embora sejam eventos pagos, muito semelhante ao carnaval, mas acontece fora do período carnavalesco.

animada das comidas típicas, puxadas pela safra de milho colhida na estação chuvosa, que acaba de fechar seu ciclo iniciado em janeiro.

Tal qual uma hipérbole matemática, em meados de maio a temática junina vai entrando numa crescente, atinge seu ápice em junho, e vai arrefecendo em julho. Porque, afinal, o mês de julho também possui suas próprias demandas e precisa vivenciar seu ciclo próprio.

Como parte do incentivo à cultura regional, a Secretaria de Cultura de Fortaleza (Secultfor) implantou, no ano de 2006, uma política de fomento de auxílios financeiros, a partir de editais, voltados aos Festejos Juninos de Fortaleza, para a inscrição de grupos culturais interessados se apresentarem ao longo do mês de junho em espaços representativos da cidade, como o Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, que passou a receber diversas manifestações artísticas e apresentações de danças e quadrilhas juninas ao longo das décadas de 2000 e 2010.

Também a Secretaria de Cultura do Estado do Ceará (Secult-CE) se movimentou no sentido de possibilitar incentivos para garantir uma modernização da cultura no estado. Com o Plano de Desenvolvimento Cultural, o órgão buscou vincular cultura à economia, criando um Sistema Estadual de Cultura, com Conselho de Desenvolvimento Cultural e núcleo de formação de gestores e agentes culturais. A Secult-CE atualmente publica um edital próprio para o ciclo junino, denominado Edital Ceará Junino, que está em sua 23ª edição. O apoio contempla diretamente projetos de quadrilhas juninas, festejos regionais e o Campeonato Estadual Festejo Ceará Junino, selecionados em todo o estado.

Além disso, Barroso (2019, p. 73) revela outra iniciativa mais antiga da Secretaria: “a criação da Lei Cearense de Incentivo à Cultura, Lei nº 12.464/1995¹¹⁹, também conhecida como Lei Jereissati, que instituiu o Fundo Estadual de Cultura (FEC) e o incentivo ao mecenato estadual (projetos culturais)”.

¹¹⁹ Lei 12.464/1995 - Norma Estadual - Ceará - Publicado no DOE em 12 jul 1995. Dispõe sobre incentivos fiscais à cultura, a administração do Fundo Estadual de Cultura e dá outras providências. Disponível em: https://www.normasbrasil.com.br/norma/lei-12464-1995-ce_121263.html. Acesso em: 24 out. de 2023.

Quando SECULT e SECULTFOR tratam os festejos juninos no âmbito do patrimônio cultural imaterial, ambas já indicam e se situam dentro do campo, trazendo também para si a responsabilidade de preservação da festa. Posicionam-se por meio de suas práticas institucionais incidindo diretamente sobre os processos de criação e recriação da festa através dos editais de fomento aos festejos juninos (BARROSO, 2019, p. 72).

Esses incentivos foram ampliados extensivamente também para outros polos juninos espalhados pela cidade, onde o poder público passou também a assumir a organização da festa em diversas praças de bairros populares da capital, promovendo o aperfeiçoamento da decoração dos espaços e assumindo a qualificação das festas. Tudo isso incentivou a ocupação das praças pela população, que conseguem a permissão para vender comidas típicas e também aproveitam para desfrutar de músicas e apresentações de quadrilhas, organizadas quase sempre pelos próprios moradores desses bairros.

Um claro exemplo disso é o tradicional “Arraiá da Cumade Chica”¹²⁰, do polo de lazer do bairro José Walter, periferia da cidade, ocorrido por mais de quarenta (40) anos, por iniciativa individual da própria moradora “dona Chica”, já falecida, que com o tempo foi se tornando um evento grandioso e famoso na capital. Vale mencionar que, além desses, a iniciativa privada, (empresas, escolas, centros comerciais) também costumam promover seus próprios “arraiais”¹²¹ internos. A ocorrência dessas festas, realizadas por iniciativa dos próprios moradores de bairros, ou de outros espaços, alcançam também visibilidade nos meios de comunicação.

Com recursos do Fundo Estadual da Cultura (FEC) na Promoção do Acesso e Fomento à Produção e Difusão da Cultura Cearense, são três as categorias que o Edital Ceará Junino da Secult-CE contempla: 1 - Quadrilha junina: adulta, infantil e diversidade; 2 - Festival regional de quadrilhas juninas; 3 - Campeonato estadual Festejo Ceará Junino. Barroso (2019) apresenta um levantamento com os recursos anuais, com crescentes investimentos, disponibilizados pelo Governo do Estado, para

¹²⁰ Informações sobre o “Arraiá da Cumade Chica”. Disponível em: <https://www.facebook.com/JoseWalterMelhor/posts/cumade-chica-conseguiu-ao-longo-de-quarenta-e-quatro-anos-criar-e-manter-um-arra/4929490473840208/>. Acesso em: 28 set. de 2023.

¹²¹ Expressão utilizada para remeter à palavra “arraial”, que significa os pequenos lugarejos onde aconteciam inicialmente as festas juninas. A expressão “arraiaá” é manifestada igual a forma pela qual o povo sertanejo não alfabetizado de antigamente, pejorativamente chamados de “caipiras” ou “matutos”, usavam este termo.

os editais da Secult-CE Ceará Junino.

Tabela 3 - Recursos dos Editais da SECULT-CE (2003 – 2018)

CEARÁ JUNINO – SECULT GOVERNO DO ESTADO		
Ano	Edição	Recurso Financeiro (em reais)
2003	V	R\$ 62.000,00
2004	VI	R\$ 54.000,00
2005	VII	R\$ 220.000,00
2006	VIII	R\$ 234.000,00
2007	IX	R\$ 234.000,00
2008	X	R\$ 630.500,00
2009	XI	R\$ 900.000,00
2010	XII	R\$ 900.000,00
2011	XIII	R\$ 900.000,00
2012	XIV	R\$ 958.000,00
2013	XV	R\$ 2.036.000,00
2014	XVI	R\$ 2.120.000,00
2015	XVII	R\$ 2.599.820,00
2016	XVIII	R\$ 2.645.300,00
2017	XIX	R\$ 2.657.300,00
2018	XX	R\$ 2.930.000,00

Fonte: Barroso (2019, p. 76).

Por parte da imprensa, ao perceber a grande movimentação na capital motivada pelas festas juninas, através das iniciativas públicas e privadas; os veículos de mídia e seus telejornais, baseados no conceito de *agenda setting* da Comunicação, se pautam de acordo com a demanda de cada época para cobrir os eventos, porque:

A Agenda Setting, aponta a mídia como àquela que define os assuntos presentes na rotina dos indivíduos e como os meios de comunicação tematizam a construção da realidade social. Desta forma, entende-se que as representações sociais que as pessoas constroem ao longo de suas vidas é altamente vinculada aos meios de comunicação (MENDONÇA, TEMER; 2015, p. 203 – 204).

Isso, obviamente, também é interessante para os organizadores das festas, porque lhes confere credibilidade através da visibilidade transmitida pela divulgação nos meios de comunicação de massa, gerando mais conhecimento, interesse e atraindo mais presença de público para os seus respectivos eventos. Isso ocorrendo de forma crescente, estimula, mais uma vez, a capilaridade de um ciclo que preenche a cadeia folkcomunicacional contemporânea, que, por sua vez, também

impacta na economia e na política cultural da cidade, por exemplo.

Diferentemente das culturas clássica e popular, a cultura de massas não é espontânea, foi uma cultura criada, considerada um produto que aparece devido ao surgimento da sociedade pós-industrial e emoldurada pela indústria cultural. (...) Além de ser universal, trata-se de uma forma de chegar a todo tipo de público, já que não tem um nicho de público específico (BOTELHO, 2013, p. 527).

Como vimos, uma característica altamente marcante do São João cearense é a ocorrência dos grupos de dança denominados quadrilhas juninas, que se apresentam coletivamente nestas festividades, cuja origem no Brasil remete ao período imperial.

Em 1808, a família real portuguesa trouxe para o Brasil danças de salão, a exemplo da quadrilha, surgida na França no século XVIII – em pares, dançarinos, realizavam uma coreografia de movimentos alegres. A dança logo espalhou-se pelo País, sobretudo, durante a monarquia (1822-89). Conta-se que D. Pedro II era admirador da dança. Com o advento da república, os hábitos da realeza saíram de moda, exceto nos lugares mais distantes e rurais. As quadrilhas, então, só voltariam a ter destaque nos anos 1950, quando da migração em massa do interior para as cidades. Era uma dança, porém diferente: em vez dos elegantes nobres de outrora, os protagonistas eram agora os “matutos” (CHIANCA, 2009 apud FARIAS, 2018, p. 582-583).

Essa tradição foi incorporada e adaptada aos moldes da parcela popular da sociedade brasileira, com passos também ritmados e bem marcados, porém com uma velocidade mais rápida para acompanhar o ritmo do som da sanfona do forró em suas músicas animadas. Possuem geralmente um enredo teatral que envolve o casamento de um casal interiorano, com a presença de personagens como o padre, os noivos e os pais da noiva; cujo quadro é conhecido como “casamento matuto”.

Com trajes populares, típicos do povo sertanejo, do interior do sertão, como tecidos de chita estampados, coloridos, com xadrez e calças com remendos da população pobre que não tinha muitos recursos e acesso a vestimentas nos séculos passados, obrigando-lhes a costurar com retalhos suas roupas quando estas rasgavam para seguir usando-as, e com esses trajes iam dançar nas celebrações junto aos demais. Outro acessório típico também é o chapéu de palha, característico do povo interiorano que trabalhava na roça e usava o chapéu para se proteger do forte sol do Ceará.

Com a posterior “transferência” das celebrações de São João para a capital,

(sem, obviamente, desconsiderar sua permanência em cidades do interior), esses elementos foram preservados nos festejos, porém de uma forma caricaturada, para retratar o povo “matuto” das aldeias do interior, mas, nos dias de hoje, são usados de forma estilizada pelo público urbano e pelos brincantes das quadrilhas juninas.

O homem interiorano, assim, com suas roupas e trejeitos, assumiu o lugar central nas festas juninas, mas de forma estereotipada. Tido como ingênuo e puro de coração, o matuto representava a nostalgia e a idealização do passado daqueles que migraram para a cidade. Contudo, ninguém desejava manter aquela caricatura depois da festa – no fundo, o “matuto” era apenas o “bufão” da cidade (CHIANCA, 2009b apud FARIAS, 2018, p. 582-583).

As quadrilhas, que antes eram espontâneas entre os brincantes comunitários que formavam pares entre eles e improvisavam as danças ao redor da fogueira acesa, evoluíram com o tempo e hoje são muito bem preparadas, sofisticadas e incrementadas com figurino (roupas, calçados e acessórios) padronizado, com participação de dezenas e até centenas de brincantes, que ensaiam com frequência os passos a serem executados em sincronia coletivamente nas apresentações.

Esses grupos costumam ser avaliados nas apresentações por um corpo de jurados especializados em temas culturais, podendo conceder o título de campeã a quadrilhas em disputas nos campeonatos locais e regionais existentes. Acompanhados por uma grande presença de público, que, ansioso, aprecia cada apresentação da disputa (semelhante ao que ocorre nas Escolas de Samba do Rio de Janeiro e São Paulo). Há também as quadrilhas infantis que disputam campeonatos, enquanto outras simplesmente ensaiam e se apresentam nas escolas durante o período junino, demonstrando que a tradição das quadrilhas acompanha os cidadãos cearenses desde a infância e durante toda a vida.

O fenômeno junino, dada à grande dimensão que conquistou no território brasileiro com o tempo, recebe também incentivos do poder público na esfera federal. A lei federal 12.390¹²² foi sancionada em março de 2011, pela Presidenta da República, Dilma Rousseff, e institui o dia 27 de junho como o dia nacional do

¹²² Casa Civil da Presidência da República - Lei 12.390. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/L12390.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%2012.390%2C%20DE%203,Dia%20Nacional%20do%20Quadrilheiro%20Junino. Acesso em: 28 set. de 2023.

Quadrilheiro Junino, a ser comemorado em âmbito nacional. Em parágrafo único, considera como Quadrilheiro Junino o profissional “que utiliza meio de expressão artística cantada, dançada ou falada transmitido por tradição popular nas festas juninas”.

Recentemente, o Senado Federal brasileiro aprovou também, em março de 2023, o Projeto de Lei (PL) 943, de 2019, que reconhece as festas de São João no país como manifestação da cultura nacional brasileira, através da lei 14.555¹²³, de abril de 2023.

Assim, a partir dos incentivos do poder público nas esferas federal, estadual e municipal, somado aos esforços de grupos culturais, apoios privados e sociedade civil, as festividades de São João de Fortaleza se reconhecem e se apresentam cada vez mais como verdadeiras e importantes manifestações culturais que representam o povo brasileiro, especialmente a população nordestina, por todo o seu histórico de proximidade com os elementos que a ela pertencem.

6.2 Portugal: Braga nunca é só um pouco de história

Braga é uma cidade de origem bimilenar localizada na região Norte de Portugal, especificamente no Vale do Cávado, em uma área conhecida como região minhota, em razão do Rio Minho que percorre esta zona do país. É sub-região do Baixo Minho, capital do distrito de Braga e também sede do município homônimo, que se encontra subdividido em 37 freguesias¹²⁴. De acordo com o último Censo¹²⁵ nacional realizado em 2021, Braga possui 193.324 habitantes, figurando como a terceira maior cidade portuguesa.

Figura 16 - Localização geográfica do distrito de Braga (dentro do mapa de Portugal)

¹²³ Sobre a aprovação do Projeto de Lei, consultar portais disponíveis em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/139812> e <https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:2023-04-25;14555>. Acesso em: 28 set. de 2023.

¹²⁴ Menor divisão Administrativa de Portugal.

¹²⁵ Portal do Instituto Nacional de Estatística (INE) de Portugal. Disponível em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_main> Acesso em: 08 jun. de 2023.



Fonte: Wikipedia¹²⁶

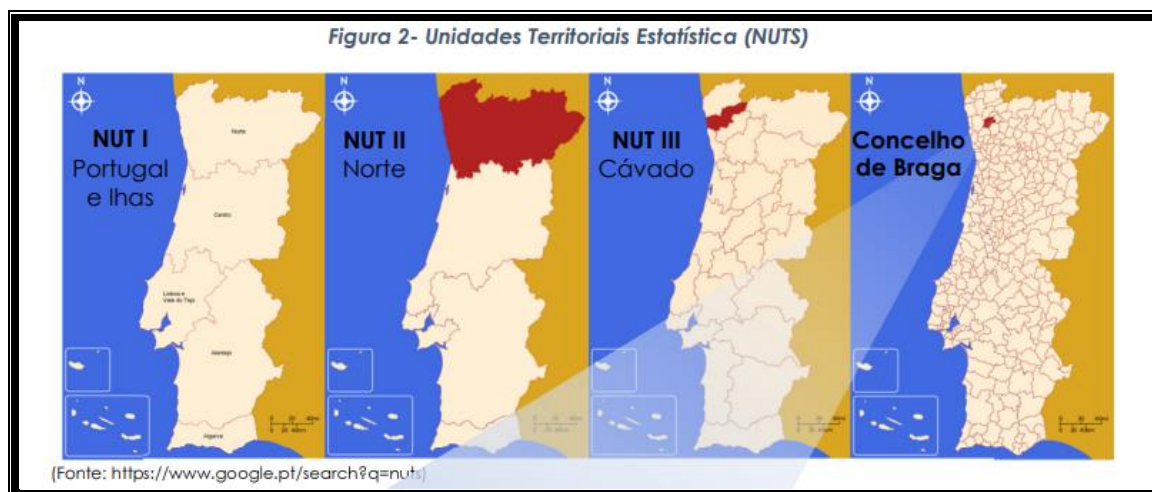
O mapa político de Portugal se divide em cinco regiões continentais (Norte, Algarve, Centro, Alentejo e Lisboa) e também conta com as Ilhas de Madeira e Açores, consideradas regiões autônomas. No contexto de classificação territorial e estatística das NUTS¹²⁷, o Concelho de Braga pertence, no nível I, a Portugal Continental; no nível II à Região do Norte e, no nível III, ao Vale do Cávado, (Figura 17), sendo 14 o número de municípios¹²⁸ que compõem o Distrito de Braga.

Figura 17 - Enquadramento Administrativo do Concelho de Braga, segundo as NUTS

¹²⁶ Disponível em: https://es.wikipedia.org/wiki/Distrito_de_Braga. Acesso em: 08 set. de 2023.

¹²⁷ As NUTS significam Nomenclatura das Unidades Territoriais e são utilizadas para fins estatísticos regionais, seguindo as diretrizes da União Europeia para a definição de políticas regionais e atribuição dos fundos de coesão. Representam as divisões regionais existentes em todos os estados-membros da União Europeia.

¹²⁸ Municípios pertencentes ao Distrito de Braga: Amares, Barcelos, Braga, Esposende, Terras de Bouro, Vila Verde, Cabeceiras de Basto, Fafe, Guimarães, Póvoa de Lanhoso, Vieira do Minho, Vila Nova de Famalicão, Vizela, Celorico de Basto.



Fonte: Carta Desportiva de Braga (2014).

Em comparação com o Censo realizado pelo Instituto Nacional de Estatística (INE) de 2011 (181.494 residentes), Braga foi o concelho do Norte português que apresentou o maior crescimento populacional nos últimos dez anos, de acordo com análise do Instituto Pordata¹²⁹ e divulgada pelo jornal ComUM¹³⁰, contando com um aumento equivalente a 6,5% de residentes no concelho.

No quadro comparativo abaixo se pode verificar os dados estatísticos relativos aos últimos Censos de 2011 e 2021, divulgados pelo Pordata, uma base de dados sobre Portugal contemporâneo, apresentando estatísticas oficiais e certificadas sobre o país e a Europa.

Tabela 4 - Quadro comparativo entre os Censos de 2011 e 2021 (Braga)

¹²⁹ Indicadores-Chave e Gráficos com dados do concelho de Braga. Disponível em: <https://www.pordata.pt/municipios>. Acesso em: 08 out. de 2023.

¹³⁰ Análise divulgada pelo ComUM, jornal online universitário realizado exclusivamente por estudantes do curso de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho. Disponível em: <https://www.comumonline.com/2021/07/censos-2021-braga-regista-aumento-de-populacao/>. Acesso em: 08 jun. de 2023.

TERRITÓRIO						
Braga						
	2011			2021		
	Braga	Cávado	Portugal	Braga	Cávado	Portugal
População residente	181.494	410.169	10.562.178	193.324	416.605	10.343.066
Taxa de crescimento anual médio da população (%)	1,0	0,4	0,2	0,6	0,2	-0,2
Densidade populacional Nº médio de indivíduos por Km ²	989,6	329,2	114,5	1.054,1	334,4	112,2
Jovens (%) menos de 15 anos	16,3	16,4	14,9	13,8	13,3	12,9
População em idade ativa (%) 15 aos 64 anos	70,5	69,3	66,1	68,0	67,2	63,7
Idosos (%) 65 e mais anos	13,2	14,3	19,0	18,2	19,5	23,4
Índice de envelhecimento idosos por cada 100 jovens	80,5	87,0	127,8	131,5	146,5	182,1
Pessoas que vivem sós (%) (1)	-	-	-	±	±	±
Pessoas com 65 ou mais anos que vivem sós (%)	15,1	14,3	20,2	±16,3	±15,5	±21,3
Famílias (2) em % do total de Portugal	-	-	-	±	±	±
Dimensão média das famílias (2)	2,8	3,0	2,6	±2,7	±2,7	±2,5

Fonte: PORDATA – Estatísticas sobre Portugal e Europa¹³¹

Destes dados, extraímos que em dez anos, houve o aumento da população residente, e, conseqüentemente, da densidade populacional, com um salto de 989,6 para 1.054,1 indivíduos por km². A presença da população jovem com menos de 15 anos sofreu uma redução de 16,3% para 13,8%, enquanto que a de idosos com mais de 65 anos aumentou 5%, representando um aumento do índice de envelhecimento e, em consequência, uma redução de 2,5% da população em idade ativa.

Segundo a administração municipal, Braga pode ser considerada como a “Roma portuguesa”, por ser uma cidade considerada como o centro eclesiástico do país e dotada de abundante riqueza histórica, cultural e arquitetônica.

O legado romano é outro dos fatores atrativos de Braga, frequentemente apelidada de ‘Roma Portuguesa’, fruto da sua origem na cidade romana de Bracara Augusta. Conhecida pelas suas distintas igrejas, esplêndidas casas do século XVIII, jardins, parques e espaços de lazer. A longa história de Braga é visível em todo o esplendor dos seus monumentos, museus e

¹³¹ PORDATA – Estatísticas sobre Portugal e Europa. Disponível em: <https://www.pordata.pt/censos/quadro-resumo-comparar/braga-378>. Acesso em: 14 jun. de 2023.

igrejas (CÂMARA MUNICIPAL DE BRAGA, 2023).

Nomeada inicialmente de *Bracara Augusta* e com data de fundação incerta, a cidade possui uma infinidade de igrejas e monumentos históricos, além de abrigar a primeira catedral de Portugal (Sé de Braga, de 1089), dispondo de um valioso e muito bem preservado patrimônio histórico.

A fundação da cidade romana de Bracara Augusta insere-se no contexto da organização política e administrativa da Hispânia, que se sucedeu ao fim das guerras cantábricas, constituindo um dos três centros urbanos criados por Augusto no NO peninsular. A data exata da fundação da cidade é ainda controversa, tal como acontece com a da reforma provincial da Hispânia, situada entre os anos 27 e 12 a.C. (CARVALHO; MARTINS, 2017, p. 725).

No brasão que identifica a cidade há a presença de Nossa Senhora e de três escudos de Portugal antigo, notabilizando elementos religiosos e cívicos, que ainda hoje são importantes sustentáculos definidores do concelho.

Figura 18 - Brasão da Cidade de Braga - Escudo Peninsular Azul



Fonte: Câmara Municipal de Braga

É fato que o mundo está cada vez mais globalizado e com isso as cidades se transformaram em produtos consumíveis, aumentando a competitividade entre elas para estarem no topo dos destinos turísticos e isso exige que haja, baseados em seus respectivos potenciais de mercado, o desenvolvimento de estratégias e mecanismos para promover os seus territórios.

As cidades são hoje vistas como um produto e torna-se importante projetar e desenvolver uma marca que lhes dê identidade e seja uma mais valia para o seu desenvolvimento económico e de qualidade de vida. A gestão da

marca e a sua promoção são elementos essenciais para as cidades, dada a grande competitividade existente entre os destinos turísticos. A identidade de uma cidade fomenta-se a partir de conteúdos emocionais e numa correta gestão da marca. As cidades podem tirar partido dos valores que possuem, designadamente do património histórico, cultural e gastronómico (ALVES, CARVALHO, FILIPE; 2022, p. 27).

Com base nisso, a identidade institucional oficial utilizada atualmente pelo distrito de Braga se propõe como uma “cidade autêntica”, o que revela muito da marca que deseja imprimir enquanto cidade. O símbolo destacado é um elemento muito representativo da identidade bracarense, o Arco da Porta Nova¹³², apresentado “de forma estilizada e associado a um jogo de barras de tons azuis, que acrescentam à dimensão histórica e patrimonial, a valência do dinamismo e espírito de rede da cidade moderna”¹³³.

Figura 19 - Identidade Institucional da cidade de Braga.



Fonte: Câmara Municipal de Braga

Curiosamente, apesar de se considerar uma “cidade autêntica” e estar profundamente carregada de elementos históricos, Braga foi eleita, em 2012, a Capital Europeia da Juventude (CEJ)¹³⁴ pelo Fórum Europeu da Juventude. Um dos

¹³² Erguido em 1512, época de D. Diogo de Sousa (1505-1532), o arco monumental atual foi levantado em 1772/73, fazendo parte de um momento histórico em que a cidade se expandia, rompendo as antigas muralhas.

¹³³ Informações presentes no Documento “Manual de Identidade visual de Braga”, que contém as normas básicas de aplicação e utilização da identidade da cidade. Disponível em: https://www.cm-braga.pt/archive/doc/Braga_Manual_normas_04022016.pdf. Acesso em: 08 out. de 23.

¹³⁴ Anualmente, o Fórum Europeu da Juventude, enquanto associação internacional sem fins lucrativos em defesa dos interesses nacionais de juventude na Europa, elege uma cidade do

importantes fatores associados a isso é que Braga se transformou em uma cidade universitária, a partir da presença de importantes instituições educacionais e acadêmicas, com destaque para a fundação da Universidade do Minho (UMinho), instalada em 1973, cuja presença a transforma em um agente central na região e uma referência nacional, ao intensificar a internacionalização como parte de um compromisso notável¹³⁵ da instituição.

Essa presença marcante de Universidades impulsionou a quantidade de jovens na cidade para fins estudantis, sendo muitos deles estrangeiros, bolsistas integrais ou temporários, que passam a residir no concelho. Informa a Câmara Municipal¹³⁶ do município:

Cidade jovem, cosmopolita e multicultural, Braga exhibe com confiança um amplo leque de cenários de sucesso e prosperidade. (...) Visitar Braga é fazer uma viagem no tempo dentro da modernidade. Cidade antiga e de religiosidade tradicional - sempre imponente na sua riqueza e majestade - vive de mãos dadas com o empreendedorismo e espírito jovem em áreas tão vitais como a cultura, o comércio, a gastronomia, a indústria e os serviços (CÂMARA MUNICIPAL DE BRAGA, 2023).

Com efeito, Braga passa também a se destacar no âmbito das atividades desportivas, que têm sido cada vez estimuladas pela municipalidade; tanto que, pela primeira vez, foi elaborado pelo município um documento denominado “Carta Desportiva de Braga”, que localiza, identifica e caracteriza “todos os equipamentos desportivos do Concelho, de acordo com as diferentes tipologias existentes”¹³⁷.

Outra conquista recente da cidade foi que, em 2021, Braga foi eleita, com mais de cem mil votos, a cidade número 1 no *European Best Destinations*¹³⁸, uma

continente para desenvolver uma série de iniciativas culturais, sociais, políticas e económicas destinadas à população jovem.

¹³⁵ Informação institucional sobre a Universidade do Minho. Disponível em: <https://www.uminho.pt/PT/uminho/Informacao-Institucional/Paginas/Historia.aspx>. Acesso em: 08 out. de 2023.

¹³⁶ História e Patrimônio. Disponível em: <https://www.cm-braga.pt/pt/0101/conhecer/historia-e-patrimonio/apresentacao>. Acesso em: 14 out. de 2023.

¹³⁷ Palavras do Presidente da Câmara Municipal de Braga, Ricardo Rio, em mensagem introdutória na Carta Desportiva de Braga. Disponível em: file:///D:/Usuario/Desktop/7.1_CARTA_DESPORTIVA_FINAL.pdf. Acesso em: 08 set. de 2023.

¹³⁸ Tradução nossa: Melhores destinos europeus. Matéria divulgada na Revista Forbes. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbeslife/2021/02/braga-no-norte-de-portugal-e-a-cidade-numero-1-no-european-best-destinations-2021/>. Acesso em: 08 set. de 2023.

organização independente que promove o turismo na Europa. Ou seja, isso demonstra o quanto a cidade vem se destacando em premiações relevantes nos últimos anos. Paradoxalmente, esta “cidade autêntica” é um município que não ficou parado no tempo e vem investindo no desenvolvimento de equipamentos, eventos e atividades, reciclando-se, renovando-se e contribuindo para a captação de muitos turistas e residentes para a cidade.

6.2.1 De *Bracara Augusta* à *Braga*: um percurso longo e duradouro

Certamente, todas as conquistas, avanços e reconhecimentos relatados não seriam possíveis sem que antes Braga passasse por um longo e extenuante processo histórico, que contribuiu para formar as particularidades que hoje caracterizam a cidade. Tendo em vista que a linha do tempo de Braga demanda muitos séculos de análise histórica, este estudo deve privilegiar três aspectos pertinentes aos interesses da pesquisa: a influência do passado romano, a religiosidade e o calendário festivo da cidade.

Braga, como se sabe, em outros tempos já fora *Bracara Augusta*. O primeiro nome dado à cidade faz menção aos brácaros (em latim: *bracari*), população indígena que nos primórdios habitava o território, e ao Imperador César Augusto, considerado o fundador desta e de mais outras duas cidades no Noroeste da Hispânia (*Lucus Augusti* e *Asturica Augusta*), logo após as Guerras Cantábricas¹³⁹, que findaram a conquista da Península Ibérica pelo Império Romano, que marcaram a posterior instalação da *pax romana*.

Os resultados das investigações arqueológicas realizadas nas últimas décadas, reportáveis aos séculos II/I a. C., permitem traçar o quadro do povoamento pré-romano da região situada entre os rios Douro e Minho, em cujo centro foi fundada a cidade de *Bracara Augusta*. Trata-se de uma região com características geofísicas particulares, que oferece também importantes especificidades culturais, quando perspetivada no amplo quadro do NO peninsular (CARVALHO; MARTINS, 2016, p. 220).

Isto justifica o fato de o passado de Braga estar profundamente vinculado às suas origens romanas; tanto que uma estátua dedicada ao imperador César Augusto foi inaugurada no dia 26 de maio de 2017 (ano em que se comemorou 2000 anos de

¹³⁹ Iniciadas em 29 a.C. e indo até 19 a.C., as Guerras Cantábricas se realizaram na região Norte da Espanha, para a conquista romana das antigas províncias da Cantábria e das Astúrias. A vitória do Império Romano representou o final da conquista da Hispânia.

fundação da cidade), por ocasião da edição da festa “Braga Romana” daquele ano, que é um dos importantes eventos que compõem o calendário festivo do mês de maio da cidade, onde se recria o universo romano, levando os participantes a sentirem a atmosfera cotidiana daquela cidade em suas origens.

Figura 20 - Estátua do Cesar Augusto (de máscara, devido ao período de pandemia), no Largo Paulo Osório – Braga.



Fonte: Elaborado pela autora.

Na placa da estátua, os dizeres: “Aqui temos uma bonita estátua em homenagem ao fundador e primeiro imperador romano César Augusto (63 a.C - 14 d.C), também fundador de Bracara Augusta”. É dessa forma que o município convive com o seu passado tão marcante e decisivo para a formação sociopolítica da região. Informa a Câmara Municipal:

A estátua foi erigida pela Câmara de Braga como homenagem da cidade de Braga ao fundador de Bracara Augusta, César Augusto, primeiro imperador de Roma e implantada no Largo Paulo Orósio, no local onde, provavelmente se situava o antigo fórum da urbe romana (CÂMARA MUNICIPAL DE BRAGA, 2017).

Registros históricos dão conta que o imperador que deu nome à cidade viveu entre 63 a.C. e 14 d. C. e fundou a Bracara Augusta cerca de 16 a.C., logo

após a efetiva conquista da Península Ibérica, realizada através da reorganização administrativa do Império Romano, que consistia na integração cultural e de caráter religioso das populações ao império e que resultou em amplos avanços territoriais de domínio romano, o que, segundo Carvalho (2008), transmudou mesmo os conceitos de província e império.

Com a instauração do principado, Augusto passa a deter um *imperium* sobre uma ampla *província*, englobando grande parte das áreas conquistadas. Impunha-se, então, transformar Roma numa capital imperial e os restantes territórios em verdadeiras províncias. A conquista definitiva da Hispânia em que o próprio Augusto se envolveu directamente será, por isso, mais um trunfo do seu *imperium* e a consignação de um modelo de organização administrativa do território (CARVALHO, 2008, p. 84).

Esse modelo administrativo de organização aos moldes de César Augusto se deu logo após as guerras cantábricas, no período que ficou conhecido como a “*Pax Romana*”, marcado por momentos de paz, expansão e prosperidade. O portal¹⁴⁰ oficial do evento “Braga Romana” explica um pouco sobre a época governada pelo imperador dizendo que:

Ao longo dos séculos, Bracara Augusta vai ganhando preponderância, chegando mesmo no século IV, com o Imperador Diocleciano, a Capital da nova província da Galécia. (...) Como cidade imperial, desenvolveu gradualmente importantes funções comerciais, jurídicas, religiosas, políticas e administrativas, propiciando o aparecimento de variados espaços públicos de carácter lúdico (BRAGA ROMANA, 2023).

Tendo em conta os registos históricos que apontam que Bracara Augusta foi fundada cerca de 16 a.C., Braga pode ser considerada, de acordo com a sua própria Câmara municipal¹⁴¹, “a mais antiga cidade portuguesa e uma das cidades cristãs mais antigas do mundo”, a qual, de forma resumida:

Foi capital da Galécia, de onde irradiavam 5 Vias Romanas, com um vasto território que ia desde o norte do Douro até ao Cantábrico. Após conquistas e reconquistas de vários povos, o rei de Leão, D. Afonso IV doou-a como dote a sua filha D. Teresa, aquando do seu casamento com o Conde D. Henrique de Borgonha (CÂMARA MUNICIPAL DE BRAGA, 2023).

¹⁴⁰ Braga Romana – Reviver Bracara Augusta. Disponível em: <https://bragaromana.cm-braga.pt/our-team-2/>. Acesso em: 14 set. de 2023.

¹⁴¹ História e Patrimônio de Braga. Disponível em: <https://www.cm-braga.pt/pt/0101/conhecer/historia-e-patrimonio/apresentacao>. Acesso em: 23 set. de 2023.

Com vias terrestres, fluviais e marítimas, se pode depreender claramente que o município sempre foi desenvolvido como uma cidade dotada de muitos elementos urbanos próprios do Império romano, conforme se demonstra:

À semelhança das cidades romanas fundadas *ex nihilo*, a cidade de *Bracara Augusta* constituía um espaço multifuncional planificado, dotados de áreas cívicas e equipamentos monumentais para a comodidade e ao serviço dos seus habitantes. Paralelamente ao *forum*, espaço basilar do poder ideológico e político romano, a cidade foi sendo progressivamente urbanizada e monumentalizada com infraestruturas, edifícios e espaços públicos (MARTINS, RIBEIRO; 2016, p. 17).

Porém, não somente de elementos propriamente urbanos, cívicos e políticos a província se constituiu. Como parte do *modus operandi* do governo à época, Carvalho (2008) explica que houve um sistema hierárquico que contemplou, em nível inicial, a subdivisão do Império em províncias e isso “exigirá, todavia, outros níveis de organização hierarquicamente inferiores, entre os quais se destacam os conventos e, abaixo destes, as *civitates*” (Carvalho, 2008, p. 84).

Ocupando, portanto, o segundo lugar na escala hierárquica de influência e poder, a presença eclesiástica sempre foi muito marcante e decisiva para o desenvolvimento de Braga, como ainda hoje é forte. Isso se deve ao duradouro poderio de bispos na região durante a era medieval, quando a cidade esteve amuralhada, fator suficiente que permitirá as professoras Maria do Carmo Ribeiro e Manuela Martins (2016, p.23) considerarem Braga como a “cidade eclesiástica”.

Bracara Augusta desempenhou um papel político fundamental desde a sua fundação, pois foi sede do *conventus bracaraugustanus*, administrando um vasto território e desempenhando funções de natureza judicial, financeira, militar e religiosa (MARTINS, RIBEIRO; 2016, p. 17 – 18).

Milheiro (2003) ratifica esta denominação já no avançado século XVIII, pois “com 17.000 habitantes Braga era então a diocese do país de mais elevada taxa de concentração eclesiástica” tendo em vista que “os Arcebispos eram os Senhores de Braga, senhorio que lhes tinha sido doado por D. Henrique e D. Teresa em 12 de Abril de 1112” (Milheiro, 2003, p. 93). As festas clericais, segundo a autora, eram regadas de sofisticação.

Braga, cidade dos Arcebispos, foi palco de festas brilhantes que podiam rivalizar com as realizadas na Corte. Os Arcebispos, Senhores de Braga, eram sempre de alta estirpe ou mesmo de sangue real. Servidos por uma numerosa Família, viviam num Paço faustoso onde a Festa era vivida em

celebrações religiosas, recepções e Academias poéticas (MILHEIRO, 2003, p. 7).

Assim, a religião cristã católica foi cada vez mais ocupando espaço e ampliando profundamente a influência na vida social da população.

Julgamos, todavia, ser aceitável a extensão, neste plano, da conclusão obtida a respeito da prática da missa, ou seja, a actuação em temporalidade longa de um *habitus* cultural regional que atravessa as diversas categorias sociais e as respectivas condições de existência, fazendo coexistir na romaria jovens e idosos, devotos e não crentes, populares, quadros e elites locais. (COSTA, GONÇALVES, REMOALDO; 2009, p. 437).

O acentuado e acelerado aumento de poder do clero, além de impactar nas crenças, tradições e hábitos diários dos cidadãos, acaba refletindo também no desenho urbano da cidade, que, de certa forma, “cristianiza” o espaço e a sociedade, notabilizados por “entre os edifícios mais notáveis da cidade, além da Catedral, um grande número de igrejas, conventos e casas nobres” (Milheiro, 2003, p. 96).

Com efeito, a introdução de elementos urbanos de carácter cristão irá influenciar profundamente a topografia urbana, devendo-se à construção da primeira basílica paleocristã da cidade, erguida intramuros, entre finais do século IV/inícios do V (MARTINS, RIBEIRO; 2018, p. 20).

Desse modo, a formação cultural da sociedade bracarense foi se delineando constituída sob a base forte da religiosidade.

A religiosidade, em boa parte, incluindo as suas componentes de prática, observa uma temporalidade longa, na qual o passado se projecta no presente sob a forma de uma herança mediada pela socialização familiar e pela cultura regional, e em que a história eclesiástica tem peso considerável (COSTA, GONÇALVES, REMOALDO; 2009, p. 436).

Tanto é assim que no momento que o clero da cidade se viu obrigado a deixar Braga e rumar à Lugo (Espanha), em razão das incursões muçulmanas em 711, o município não foi capaz de prosperar, demonstrando a real dependência da cidade com relação às autoridades eclesiásticas. Estas, por sua vez, entre os séculos XII, XIII e XIV, veem um crescimento significativo do seu património urbano, conseguidos “através de vários legados testamentários e doações feitas aos arcebispos e ao cabido de Braga, mas também através de compras (Martins, Ribeiro; 2018, p. 24).

Os representantes religiosos, como os arcebispos, são considerados “os Senhores de Braga” e isso produz um efeito muito significativo para as relações de poder, conforme estabelecido pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu (1989), que considera os “sistemas simbólicos” (arte, língua, religião) como estruturas estruturantes, nas quais os sujeitos e as instituições fazem predominar uma cultura dominante sobre classes dominadas dentro da estrutura social.

É enquanto instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação e de conhecimento que os “sistemas simbólicos” cumprem a sua função política de instrumentos de imposição ou de legitimação da dominação de uma classe sobre outra (violência simbólica) dando o reforço da sua própria força às relações de força que as fundamentam e contribuindo assim, segundo a expressão de Weber, para a “domesticação dos dominados” (BOURDIEU, 1989, p. 11).

Isso explica o motivo da religião cristã católica gradativamente ter ocupado espaço e ampliado profundamente a influência na vida social da população bracarense, que atravessou épocas, atingindo o período barroco português (1580-1756), como diz a autora: “nenhuma mentalidade, nenhuma época serviu melhor os interesses de afirmação de poder da Igreja Católica do que o Barroco e de uma forma muito especial a Festa e todo um conjunto de actos e celebrações que ela fez desenvolver” (Milheiro, 2003, p. 85).

Em respeito aos rituais e crenças da instituição, a população tratou de preservar as tradições seculares do prolongado período em que a Igreja ocupava posição de profundo prestígio conforme a hierarquia estabelecida. “A festa barroca foi, assim, também usada pelo poder da hierarquia da Igreja Católica como um instrumento de controle religioso, através das suas múltiplas e sedutoras facetas de cerimónia, rito, jogo e espectáculo” (Milheiro, 2003, p. 86).

Resultado disso é que no corrente século XXI, o povo bracarense convive ainda intimamente com aspectos do seu passado de apogeu e glória dos tempos romanos de Bracara Augusta e da religião católica que se estabeleceu criando raízes de vínculos intensamente profundos com a população. Entretanto, naturalmente, algumas de suas influências foram enfraquecendo pouco a pouco aos dias de hoje, segundo explica o professor português do Instituto de Educação da Universidade do Minho, Miguel Melo Bandeira:

O timbre popular do Baptista de Braga advém dessa mesma hibridez entre o pagão e o cristão, entre os excessos da folia e o enraizamento da devoção religiosa, que estruturalmente foi esmorecendo, acrescente-se, também por força da proximidade antecedente do Corpo de Deus e do laicismo estruturante que se foi impondo (BANDEIRA, 2013, p. 6).

Todo esse histórico favoreceu a organização de um calendário festivo que constitui o município de Braga enquanto núcleo urbano populacional da região Norte de Portugal. Em seu calendário festivo anual, predominam fatores com mesclas de história, tradição, civilidade e religião.

Afirma o estudioso Rui Ferreira que “em Braga, no terceiro quartel do século XIX, o calendário festivo apresentava 35 ocorrências, sendo o São João, apenas uma delas” (Ferreira, 2014, p. 85) e que nesse contexto comemorativo, historicamente o São João desde sempre conquistou seu lugar de destaque, “com traços de originalidade que fazem deste evento um dos principais momentos do calendário de Braga e do Minho, bem como um património imaterial de relevo no contexto português” (Ferreira, 2014, p. 12 -13). E segue:

Sendo certo, que Braga detinha outras festas de cariz municipal, entre as quais sobressaía o Corpus Christi, não é de todo descabido afirmar que, para além desse saliente festejo eucarístico, a cidade acolhia com particular ênfase as celebrações pelo nascimento de S. João, que se realizavam a 23 e 24 de junho (FERREIRA, 2014, p. 16).

Dos antigos 35 eventos do século XIX, passou-se a destacar na atualidade somente seis, considerados como os principais eventos da cidade, de acordo com o documento “Roteiro Turístico de Braga” ¹⁴² (2019, p.19), preparado pela municipalidade, a saber:

- Semana Santa - Páscoa (Abril);
- Braga Romana (Maio ou Junho);
- Rampa Internacional da Falperra (Maio);
- São João (Junho);
- Noite Branca (Setembro);
- Corrida São Silvestre (Dezembro).

¹⁴² Roteiro Turístico de Braga. Disponível em: https://www.cm-braga.pt/archive/doc/Roteiro_Turistico_de_Braga.pdf. Acesso em: 14 set. de 2023.

Porém, além destes mencionados, é preciso elucidar que outros eventos de natureza diversa também acontecem pela cidade ao longo do ano. Como exemplo, temos no início do ano, logo nos primeiros dias do mês de janeiro, o dia de Reis, que é uma tradição bíblica antiga, referente à visita de três reis magos vindos do Oriente (Melchior, Gaspar e Baltazar) a Jesus Cristo, por ocasião do seu recente nascimento. Associado a isso, no dia 6 de janeiro, celebra-se a noite de Reis, que costuma ser acompanhada por grupos musicais para animar a conhecida “folia de reis”, repleta de tradições envolvidas.

Outra festa que também pode ser mencionada é o carnaval, bem mais lúdico e divertido, que ocorre em fevereiro, com apresentações musicais, concertos e blocos que movimentam a cidade. Sem falar na variedade de outros eventos pulverizados ao longo do ano, como as celebrações religiosas em homenagens aos santos do dia, e os festivais musicais (Semibreve, Virapop, Vaudeville Rendez-vous), que atraem o público jovem e ocorrem de forma mais difusa no decorrer do ano.

Importante dizer que, ainda que cada um desses eventos possa ser classificado, aparentemente, por uma única motivação principal para a sua realização, atualmente praticamente todos eles se mesclam com aspectos turísticos e midiáticos, mas, sobretudo, com fatores econômicos e comerciais visando o consumo.

Com isso, apresentamos o desenho singular histórico românico, religioso e festivo que delinea o perfil da cidade de Braga, ao passo que agora devemos explanar a relação das pessoas da cidade particularmente com a festa de São João, para, a partir disso, assimilar a importância dela no ciclo comemorativo bracarense.

6.2.2 A festa de São João em Braga

Dentro do caleidoscópio festivo da cidade de Braga, tomamos por objeto de análise a sua festa de São João, por isso, vamos agora compreendê-la em sua plenitude, as suas razões de existir, assimilando a sua importância para a cidade. O precedente recorte elementar sobre o município bracarense realizado nos norteará

para a compreensão que se desenvolverá neste subtópico, cujo tema central é a festa de São João.

O estudioso desta festividade minhota, Rui Ferreira, entende que “o São João é o momento predileto de um bracarense que se preze” (Ferreira, 2014, p. 12). Convicto, justifica a afirmação, pois acredita que esse período do ano ativa nos cidadãos bons sentimentos sustentados por um “tempo em que a memória escorre por lembranças de dias especiais, abraçados de tradição e de um particular espírito de unidade comunitária” (Ferreira, 2014, p. 12).

Impossível, praticamente, seria desvincular a cidade bracarense da compreensão do cristianismo, tendo em vista a intensa e duradoura ligação entre ambos. “Parece haver, no entanto, unanimidade entre literatos e etnógrafos, portugueses e estrangeiros, acerca de uma característica proverbial nos minhotos: são ‘muito religiosos’, e são-no de uma maneira festiva” (Costa, Gonçalves, Remoaldo; 2009, p. 434).

Assim, todo o percurso formativo do passado de Braga incide sobre as raízes celebrativas dos dias da sua festa de São João, que “passaram a ser de indistinção entre a mole humana que a cidade sempre polarizou e a elite eclesiástica, neoplatónica e herdeira de Roma, que a dominou durante séculos” (Bandeira, 2013, p. 7), mas que na atualidade possui hino, simbologias e se autodenomina “a maior festa popular de Portugal”.

Com cariz municipal já desde o início do século XVI, continuam a ser o ponto mais elevado do associativismo e das tradições locais mais genuínas, transformando Braga numa aldeia minhota em ponto grande (CÂMARA MUNICIPAL DE BRAGA, 2016, p. 3).

Como se pode presumir, a base da celebração sanjoanina possui origem remotíssima, desde quando, até onde se sabe, no ano de 1150, foi fundada a primeira igreja dedicada ao santo São João Batista (em sua versão infantil), na Rua do Souto, conforme explica o professor Miguel Melo Bandeira:

João Baptista, fixado na infância, tornou-se de facto o santo mais popular de Braga, iniciando uma carreira a solo de compromisso crescente com a cidade e desta com ele, pelo menos, desde 1150, ao que se sabe, ano em que se fundou o primeiro templo que lhe foi dedicado, desde aí não mais parando de nos juntar. (...) o dia em que é comemorado, o 24 de Junho, sendo inequívoco para nós, que nos reconhecemos indexados a Roma,

está demasiado próximo da invariabilidade cósmica da jornada na qual o sol percorre o trópico de câncer (BANDEIRA, 2013, p. 5 - 6).

A festividade começou por ser do Souto, através da paróquia construída nesta rua, porém há mais de quatrocentos anos, com a elevação da capela localizada no Parque da Ponte, elo que servia de passagem sobre o rio Este, passou a ser conhecida como o “São João da Ponte”, e, desde então, segundo ele, “não mais deixou de aumentar a sua fama, os encargos, as expectativas e os participantes, vindo a gravitar definitivamente para a alçada da Câmara, ou seja, a cidade” (Bandeira, 2013, p. 6).

Se podemos apontar uma data para o início de festejos significativos em honra de São João em Braga, somos obrigados a apontar o ano de 1150, data em que foi fundada uma igreja dedicada a este santo. Ao longo do século XVI, as festas de São João seriam já das que mais contavam adesão popular (CÂMARA MUNICIPAL DE BRAGA, 2016, p. 3).

Estas palavras atestam não só a importância da festa, com o progressivo aumento da sua popularidade, mas também a permanência das tradições a ela vinculadas e a sua gradativa transferência para a cidade urbana.

Ratificado por Ferreira (2014), “a origem de uma celebração significativa e marcante para a comunidade de Braga em honra de S. João Batista recuará certamente à origem da paróquia e confraria de S. João do Souto, no ano de 1150” (Ferreira, 2014, p. 16). No documento que contém a programação do evento do ano de 2016¹⁴³, uma edição especial em comemoração ao 4º centenário da capela de São João da Ponte, tem-se a possível data de construção desta capela, pois na “verga da porta principal do templo é observável a data da sua construção: ‘ANNO DE 1616’” (Braga, 2016, p.4). E acrescenta-se também a importância dela para o festejo:

A Capela de São João da Ponte é um dos ícones das sanjoaninas bracarenses. Edificada em 1616, surge no preciso local onde decorria o epicentro das celebrações em honra de São João Baptista na cidade de Braga ao longo dos séculos XVI e XVII. (...) Espaço de memória e de memórias, muitas delas associadas inevitavelmente aos festejos sanjoaninos, a valia desta capela não se mede pela sua qualidade artística, mas pela importância comunitária de que se reveste para os bracarenses. A capela tem uma arquitetura singela, com dois campanários e um alpendre, tendo sido reformada provavelmente nos finais do século XVIII e início do

¹⁴³ Programação oficial do São João de Braga do ano de 2016 - comemoração aos 400 anos da capela de São João da Ponte. Disponível em: https://www.cm-braga.pt/archive/doc/SJoao2016_Brochura_Final.pdf. Acesso em: 31 set. de 2023.

seguinte (CÂMARA MUNICIPAL DE BRAGA, 2016, p.4).

Dada a sua importância, o espaço constitui “o epicentro atual das festividades da cidade e, até ao final do século XIX – momento em que se unificaram as celebrações - era uma das duas festas com que a cidade homenageava o Santo Precursor” (Ferreira, 2014, p. 42).

Figura 21 - Capela de São João da Ponte, em Braga - Portugal



Fonte: FERREIRA, Rui. O S. João é de Braga, 2014, p. 42.

É ali, nesta capela localizada no final da Avenida da Liberdade, onde acontecem ainda hoje manifestações artísticas, folclóricas e musicais, como exemplifica Sardinha (2001), com a Rusga de São Vicente, que é um “agrupamento folclórico, que representa com realismo e muita qualidade as tradições musicais de Braga e seu termo e que surpreende pela multiplicidade de temas etnográfico-musicais a que dedica as suas atividades” (Sardinha, 2001, p. 11). Acrescenta o autor que estes grupos

Concentram-se em frente aos Paços do Concelho e percorrem as principais artérias da cidade, até se dirigirem para o arraial, ao fundo da Avenida da Liberdade, no S. João da Ponte, sempre entre o entusiasmo do povo, que ocorre em massa e assiste encantado a esta manifestação (SARDINHA, 2001, p. 48).

Marcada pela dicotomia entre o sagrado e o profano, a festa realizada no

Minho, uma zona caracteristicamente agrária, sobretudo em outros tempos, por se encontrar “no centro de uma região rural por excelência, auspiciadora de boas colheitas, de fartura e prosperidade” (Bandeira, 2013, p. 6), naturalmente mantinha vinculação com os aspectos naturais e meteorológicos, conforme marcado pelas origens pagãs do solstício de verão dos povos antigos.

A assimilação do mundo urbano, a grande dependência da agricultura face aos outros sectores de atividade económica e a transformação nos modos de produção foram contribuindo, de forma perene, para a mutação do mundo rural (COSTA, GONÇALVES, REMOALDO; 2009, p. 417).

Estes fatores naturais presumivelmente intervêm sobre os festejos, bem como na construção de suas representações e simbologias.

Também o aumento da temperatura do ar anunciando o estio, convidando a sair, e o encurtamento da noite estimulando a vigília, que são razão de ser das tradicionais fogueiras, balões e iluminações noturnas que fazem parte do ardor e da simbologia dos festejos (BANDEIRA, 2013, p. 7).

É então nesse contexto rural, religioso e celebrativo que o São João vai se fixando enquanto festa que funciona como elo entre os ambientes urbano e rural, mas que, no princípio, abrangia simultaneamente duas festas paralelas: São João do Souto e São João da Ponte.

Na segunda metade do século XIX, Braga, como qualquer localidade minhota, fervilhava de festas e romarias. O São João detinha, então, duas festas: São João do Souto e São João da Ponte. A primeira mantinha a procissão, na qual se inseriam a original Dança do Rei David e o Carro dos Pastores, quadros que vão sendo devidamente valorizados nesta época. Na capelania sediada na coutada dos arcebispos realizava-se uma grande feira franca no dia do santo, que era acompanhada de uma romaria mais popular, potenciada pelo vasto espaço exterior à capela dedicada a São João (CÂMARA MUNICIPAL DE BRAGA, 2016, p. 3).

Cada uma delas mantinha suas particularidades, mas o evento tomou tão grandes proporções que passou a ser necessária a atuação da municipalidade e a intervenção de órgãos como a Associação Comercial de Braga; tudo isso culminou na criação da primeira Comissão de festas, datada de 1893, que contribuiu para a unificação dos dois festejos, num primeiro ato maior de investida no São João.

O ano que definitivamente marcará o ritmo e evolução dos próprios festejos vai ser 1893, momento cronológico que assinala a criação da primeira comissão de festas, que vai unificar o programa das festividades da Ponte e de S. João do Souto e investir cada vez mais em grandes eventos e na promoção. Nesta comissão, é inevitável abordar o papel da Associação Comercial de Braga, entidade que, não sem dificuldade, maioritariamente

assumiu a liderança dos festejos sanjoaninos (FERREIRA, 2014, p. 66).

Tão grandiosa foi se tornando a festividade bracarense, já que “em meados do século XVIII já se reconhece o São João como os maiores festejos citadinos a par do Corpo de Deus” (Braga, 2016, p. 3), que passou a incomodar outros municípios próximos que também passaram a celebrar a festa na mesma data - é o caso da cidade do Porto (distante apenas 56 km de Braga), criando-se, como até hoje, certo clima de rivalidade entre os festejos de ambas as cidades.

Porto, hoje, abrange muita visibilidade midiática em razão da grande dimensão e fama, sobretudo turística, que possui a cidade; ao passo que Braga orgulha-se da antiguidade e fidelidade aplicada às suas raízes e tradições celebrativas minhotas.

E, dado que as Festas de S. João foram também o primeiro produto turístico da cidade, não poderíamos deixar de analisar esse fenómeno e a causa que determinou a perda de mediatismo e influência que os festejos detinham, nomeadamente o facto da cidade do Porto se ter apropriado da mesma data para os seus festejos citadinos, apesar das muitas tentativas de Braga para o evitar (FERREIRA, 2014, p. 67).

Sem mergulhar no mérito da disputa, o fato é que as duas festas possuem suas facetas e especificidades, garantindo-lhes amplo potencial turístico, inclusive internacional, capaz de atrair multidões nesta época do ano.

Com a chegada do comboio, em 1875, vai crescer exponencialmente o número de forasteiros. Em 1893 vai ser instituída a primeira comissão de festas, que vai unificar os dois festejos sanjoaninos e dar-lhes um impulso ainda maior. O envolvimento direto da Associação Comercial e da Câmara Municipal haveria de confirmar este evento como o maior do calendário anual dos bracarenses urbanos e rurais e a centralidade destes festejos na região em que se insere (CÂMARA MUNICIPAL DE BRAGA, 2016, p. 3).

O fluxo rotativo de circulação de pessoas na região contribuiu para aumentar a visibilidade da festa e impulsionar a perpetuação da sua ocorrência. “Referimo-nos à hemorragia migratória que quase esvaziou povoações e lugares, mas, espantosamente, manteve as festas tradicionais e, por vezes, recriou outras, novas” (Costa, Gonçalves, Remoaldo; 2009, p. 437), o que, no caso de Braga, notabilizou o potencial da sua atratividade.

há medida que os seus *folguedos e devaneios* ganharam fama passou a atrair grande número de forasteiros, captando gentes de todo Minho, de Trás-os-Montes e do Douro. Mas também do Porto, de Lisboa, e até da Galiza,

como nos refere o autor, demonstrando o potencial internacional que a atração nos oferece (BANDEIRA, 2013, p. 7).

Entretanto, em relação às tradições, como é natural, algumas delas se perderam ou se transformaram com o passar do tempo. Dentre as tradições perdidas ao longo de sua história estão a afamada Corrida do Porco Preto¹⁴⁴, o Candeleiro¹⁴⁵ e a Dança das Pélas¹⁴⁶, para citar algumas. O estudioso revela que, apesar da perda de quadros originais do evento, eles serviram para fomentar a efetiva transição da festividade para o ambiente urbano citadino.

Recordem-se as interdições aos excessos dos festejos do Século XVII que admitiam o desfraldar da bandeira da Virgem ao mesmo tempo que se ensaiava a montaria ao porco preto, tradições originais e complementares que se perderam. Uma finalidade, contudo, se manteve, a mesma que preservou o esforço constante do seu carácter exteriorizador, dessa convocação do rural e do ar livre para dentro da cidade (BANDEIRA, 2013, p. 7).

Porém, entre os diversos e variados quadros tradicionais realizados nas sanjoaninas bracarenses, a maioria permanece viva, como é o caso do Cortejo Sanjoanino, que abrange o Carro das Ervas¹⁴⁷, a Dança do Rei David¹⁴⁸ e o Auto do Carro dos Pastores¹⁴⁹. Atualmente, além das apresentações de grupos folclóricos e apresentações musicais, há ainda o quadro da Aclamação das flores, a procissão e novena a São João Batista, todas tradições seculares deste período.

Mantendo à parte polémicas sobre casos particulares acerca da origem de certos festejos, o certo é que abundam, no espaço minhoto, exemplos de

¹⁴⁴ Dividida em dois atos, ocorrendo primeiramente o emprazamento do porco na véspera do dia 24 de junho, seguido da corrida propriamente dita no dia de São João, cujo objetivo era a conquista do porco preto.

¹⁴⁵ A mais antiga tradição do São João de Braga, datada de 1489, século XV, refere-se a um ofício litúrgico, com orações na véspera do santo e uma vela gigante acesa na vigília pascal, mantendo-se a prática de acendê-la até à páscoa do ano seguinte.

¹⁴⁶ Originada no século XIV, realizada na procissão de Corpus Christi, era uma dança de mulheres bem enfeitadas em pares, em que uma delas ficava elevada nos ombros da outra e circulavam dançando unidas.

¹⁴⁷ Consiste em uma tradição medieval, que se encarrega de perfumar as ruas com ervas de cheiro, cujo objetivo era purificar os locais por onde passavam os cortejos e procissões.

¹⁴⁸ Uma das principais tradições mantidas no São João bracarense, da época barroca, retrata o personagem bíblico, o pastor Rei David, com vestimentas, músicas e danças específicas deste quadro percorrendo a cidade nas procissões sanjoaninas.

¹⁴⁹ Desde o século XVIII, em vários locais da cidade, sob um carro de madeira, há uma representação teatral relativa ao nascimento de São João Batista, com pastores realizando danças e entoando cânticos.

preservação da celebração comunitária adaptada aos novos tempos, ao ponto de parecerem verdadeiros milagres de resistência a pressões que poderiam conduzir à sua extinção (COSTA, GONÇALVES, REMOALDO; 2009, p. 437).

Como se nota, as inúmeras atrações do São João de Braga possuem sentidos e elementos diversos em sua essência. Alguns possuem sentido bíblico e religioso, outros são mais artísticos e musicais, enquanto outros se inclinam para um motivo mais recreativo e lúdico.

Tudo isso revela o quanto o São João de Braga é uma festa completa com relação aos sentidos explorados, aos conteúdos transmitidos, além de rico em manifestações folclóricas, religiosas e culturais, que demarcam a região minhota em sua essência, considerando que “é nas práticas culturais dos actores que se pode identificar o minhoto; é nelas que ele se revê enquanto tal, diverso do sulista, vá ou não à missa, frequente ou não a ‘festa’. Mais: goste, ou não, do Minho” (Costa, Gonçalves, Remoaldo; 2009, p. 437).

O panorama descrito constitui o desenho festivo de Braga na sua festa de junho, cujo dia principal - 24 de junho - naturalmente figurava, de forma espontânea, como um dia de folga para os habitantes da cidade. Entretanto, o feriado só fora consolidado oficialmente pela Câmara Municipal de Braga no ano de 1911, um ano após a proclamação da república portuguesa, aprovada por unanimidade na sessão do dia 6 de abril. A decisão foi ratificada novamente anos depois, na sessão ordinária da Câmara do dia 31 de janeiro de 1952, por ocasião da reforma do calendário proposta pelo Estado Novo.

Apesar de não ter sido decretado legalmente até 1910, o dia 24 de junho já seria, para os bracarenses, um momento de celebração comunitária que libertaria grande parte da população dos seus ofícios de forma a poderem desfrutar das festas da cidade (FERREIRA, 2014, p. 97).

O reconhecimento do dia da festa como feriado municipal foi importante para atrair mais investimentos públicos por agentes municipais e também por patrocínios privados, que atualmente são capitaneados pela entidade oficial organizadora do evento, a Associação de Festas de São João Braga (AFSJB), que fora primeiramente Comissão de festas. Fundada em 1863, sua tarefa era antes destinada à Associação Comercial de Braga, em razão da importância da instituição para a cidade, conferida pelo vigor de sua atividade comercial, ao tempo que era

extremamente fortalecida nos dias dos festejos sanjoaninos.

Entre idas e vindas nas tarefas organizacionais, alternadas com o Grémio do Comércio de Braga e alguns vereadores da autarquia, além de somados os diversos desentendimentos com a Câmara Municipal, decidiu-se, por fim, em 2001, que a referida Comissão passaria a ser denominada Associação de Festas de São João Braga (AFSJB). É ela que, nos dias de hoje, se responsabiliza pela organização e realização da festividade anualmente, de acordo com o que informa o portal de internet oficial¹⁵⁰ do São João de Braga.

A Associação de Festas de São João de Braga é a entidade responsável pela organização das mais antigas e grandiosas festas de São João em Portugal, a Maior Festa Popular de Portugal – o São João de Braga. Cabe à associação organizar, preservar e revitalizar a identidade histórica e a autenticidade dos festejos sanjoaninos bracarenses, promovendo e afirmando uma das mais queridas tradições da cidade de Braga e um dos reflexos da alma bracarense (AFSJB, 2023).

A missão da AFSJB se reflete no êxito da festividade, que, além de bracarenses, atrai também visitantes de toda parte, inclusive estrangeiros, na contemporaneidade. A quantidade de agentes envolvidos pode ser atestada pela contabilidade divulgada pela Associação¹⁵¹, inscrevendo que há na festa 10 mil pessoas e 365 entidades envolvidas, 01 milhão de visitantes, 160 iniciativas previstas e 270 horas de programação, distribuídos ao longo de dez dias.

Já há algum tempo, as atrações e o público da festa percorrem a longa Avenida da Liberdade para desembocar na famosa capela de São João da Ponte, onde tudo começou há muitos séculos atrás. Na atualidade, o mês de junho altera significativamente o semblante da cidade, que “ganha novas cores e o ritmo vibrante encontrado no percurso que intermedeia o arco da Porta Nova, entrada triunfal da cidade, e o recatado recinto do parque de S. João da Ponte, com passagem obrigatória defronte da arcada, marca decididamente o quotidiano dos bracarenses” (Ferreira, 2014, p. 12).

¹⁵⁰ Apresentação da AFSJB. Disponível em: <https://www.saojoaobraga.pt/afsjb-apresentacao/>. Acesso em: 02 ago. de 2023.

¹⁵¹ Portal oficial da AFSJB. Disponível em: <https://www.saojoaobraga.pt/>. Acesso em: 02 ago. de 2023.

De todos os elementos ora apresentados neste capítulo relativamente às sanjoaninas de Braga, podemos ter a clara noção de que a celebração ultrapassou o puro limite do sentido religioso e despertou antropologicamente o sentimento coletivo de pertencimento, civilidade e ufania minhota.

O que começou por ser evangelizador e litúrgico passou a ser também a expressão da comunidade em si mesma, com as suas festividades e diversões variadas. Tréguas na dureza da vida rústica, favorável às paixões, à expressão dos sentidos, ao arraial minhoto, à competição e aos concursos, mas também, gáudio das corporações, das classes e das personalidades afirmantes, que disputavam os protagonismos e as mordomias. A cidade passou a ver-se e rever-se nas Festas de São João. Sobretudo, desde a laicização da sua organização, para *contentamento e grandeza da cidade* (1531). Do embelezamento das igrejas estendeu-se ao engalanamento do espaço público e à limpeza obrigatória das ruas e praças da cidade (BANDEIRA, 2013, p. 6).

Cientes da proporção e relevância significativa que as festividades de São João constituem para a população bracarense, somos capazes de analisar sua mais recente edição, realizada no ano de 2023, assim como a edição do São João de Fortaleza, a fim de que seja possível obter um olhar minucioso e preciso sobre como se dá a efetiva realização dos festejos nas duas cidades de interesse investigativo, e assim, poder compará-las sob uma ótica cultural e comunicativa, no capítulo que se segue.

7 CRUZANDO DADOS: PARALELO LUSO-BRASILEIRO DOS CIRCUITOS JUNINOS

7.1 A interrupção das festividades em meio à pandemia de coronavírus

O ano de 2023 marca a retomada mais categórica de eventos de grande porte depois de um período de dois a três anos de paralisação no fluxo, circulação e aglomeração de pessoas, motivada pela pandemia de coronavírus (covid-19)¹⁵², que assolou fortemente países do mundo inteiro. Tudo teve início no final do ano de 2019, na cidade chinesa de Wuhan, quando um tipo de vírus, ainda não identificado em seres humanos, disparou em número de casos e mortes, devido à sua alta taxa de transmissibilidade.

Diante desse grande e veloz aumento do número de casos e mortes registrados, a Organização Mundial de Saúde (OMS) decretou, em março de 2020, a situação do coronavírus como um *status* de pandemia, que significa uma enfermidade epidêmica com disseminação global. A partir disso, diversas medidas para contenção da doença foram recomendadas pelas autoridades de saúde para a população mundial, como a restrição de atividades, o distanciamento de pessoas, o uso de máscaras hospitalares e os cuidados com a higienização individual, de forma a evitar a transmissão do vírus e a consequente contaminação de mais pessoas.

Ocorre que, mesmo com a tomada de todos os cuidados recomendados, milhões de pessoas foram contaminadas, ocasionado a superlotação de hospitais públicos e privados, fazendo com que muitos pacientes não conseguissem receber o tratamento adequado e com que os governos providenciassem a abertura de hospitais extras para atender aos infectados. Ainda com todos os esforços realizados, não foi possível controlar a situação, resultando em uma enorme quantidade de vidas perdidas, isso porque uma vacina eficaz para combater o vírus ainda estava sendo desenvolvida pelos cientistas.

A primeira pessoa imunizada¹⁵³ com a vacina no mundo foi uma mulher de

¹⁵² “OMS declara pandemia de coronavírus” - Matéria do Portal G1, publicada em março de 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/03/11/oms-declara-pandemia-de-coronavirus.ghtml>. Acesso em: 01 nov. de 2023.

¹⁵³ “Imunização no Reino Unido: Mulher de 90 anos é a primeira vacinada contra covid-19” – Matéria da CNN Brasil. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/britanica-de-90-anos-e-primeira-a-receber-a-vacina-da-pfizer-fora-dos-testes/>. Acesso em: 01 nov. de 2023.

noventa anos, no Reino Unido, no dia 08 de dezembro de 2020. Desde então, diversas variedades de vacinas foram distribuídas para imunização da população em todos os países e, aos poucos, a pandemia foi perdendo força e, entre períodos de restrições e flexibilizações, as pessoas puderam ir voltando à normalidade. Difícil de contabilizar, a OMS estima que pelo menos 20 milhões de pessoas tenham perdido a vida por conta do COVID-19¹⁵⁴, após, finalmente, a Organização declarar oficialmente o fim da Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional com relação ao coronavírus¹⁵⁵, no dia 05 de maio de 2023.

Tudo isso, evidentemente, impactou na rotina, sociabilidade, atitudes e qualidade de vida da população global; dentre elas, destacamos duas para a presente pesquisa: a migração e adaptação dos indivíduos à realização de suas mais diversas atividades diárias através da internet e recursos digitais (trabalhos, compras, reuniões, estudos, encontros), posto que “a pandemia causada pelo Coronavírus provocou uma desaceleração mundial e nos obrigou a enfrentar uma quarentena. De um dia para o outro tivemos que criar uma nova rotina no nosso lar” (Romero, 2022, p. 12). Outro ponto desse cenário que nos interessa foi a interrupção das festividades presenciais, públicas ou privadas, que envolvam encontro e aglomeração de pessoas.

Sobre o primeiro ponto, podemos mencionar o efetivo crescimento da modalidade de teletrabalho, *homeoffice* ou Trabalho Remoto (TR) como destaque para essas mudanças, pois, segundo as autoras, “a pandemia trouxe uma realidade global com alterações constantes, exigindo adaptações contínuas. A intensidade do TR¹⁵⁶ na pandemia aumentou significativamente” (Araújo, Lua; 2021, p. 3) e tudo isso impactou nas formas de produção dos indivíduos até os dias atuais. Diante deste cenário, fica o questionamento: Não fossem os recursos oferecidos pela tecnologia do corrente século XXI, como seria vivenciado esse período excepcional

¹⁵⁴ “A difícil coleta de dados sobre as mortes por covid no mundo” - Matéria do Jornal O Estado de Minas – Internacional. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/2023/05/05/interna_internacional,1490390/a-dificil-coleta-de-dados-sobre-as-mortes-por-covid-no-mundo.shtml. Acesso em: 01 nov. de 2023.

¹⁵⁵ “OMS declara fim da Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional referente à COVID-19” – Matéria da Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS). Disponível em: <https://www.paho.org/pt/noticias/5-5-2023-oms-declara-fim-da-emergencia-saude-publica-importancia-internacional-referente>. Acesso em: 01 nov. de 2023.

¹⁵⁶ TR = Trabalho Remoto.

pelos cidadãos contemporâneos?

As pesquisadoras em saúde ocupacional salientam que desde o século XIX foi estabelecida uma separação entre a vida pública (trabalho) e a vida privada (casa) dos sujeitos, em razão dos efeitos provocados pela revolução industrial instalada naquele período. Ocorre que o advento da pandemia de covid-19 no século XXI acarretou na impossibilidade de reuniões e encontros presenciais de pessoas, inclusive no espaço público de trabalho, fazendo com que as atividades laborais fossem transferidas para o ambiente doméstico privado, promovendo uma fusão entre os dois espaços. E essa alteração inesperada se deu de forma improvisada, confundindo e desordenando as limitações existentes entre esses dois ambientes.

As transformações geradas pela revolução industrial do século XIX – que criou a fábrica e forjou a separação dos mundos privado e público, de vida produtiva (trabalho remunerado) e reprodutiva (atividades domésticas e de cuidado), e que cindiu e aprisionou o afeto na família – são colocadas agora de ponta cabeça. O trabalho, impedido de ocorrer no espaço da “fábrica”, foi obrigado a buscar novo endereço; mudou-se para a casa. Na casa, reorganizou a vida e amplificou uma parte quase invisível da vida social: o trabalho envolvido na reprodução, agora em disputa direta, no mesmo espaço e tempo, com o trabalho produtivo (ARAÚJO, LUA; 2021, p. 1).

Para além da esfera particular, transformações de atitudes tiveram de ser incorporadas também por empresas, escolas e demais órgãos e instituições. Dentre elas, as empresas de comunicação alteraram suas rotinas de produção e, conseqüentemente, de exibição de suas programações. No caso das emissoras de televisão, dada a proibição de encontros para realizar as gravações de telenovelas, programas de auditório, séries televisivas e outros, elas usaram a estratégia de repetir produções exibidas anteriormente em suas grades de programação.

Com relação ao setor cultural e turístico, estes foram talvez os mais afetados economicamente com a paralisação das festas e eventos, porque foram os primeiros a interromper suas agendas e os últimos permitidos a voltar às atividades, incentivada também pela campanha virtual denominada #ficaemcasa realizada nas redes sociais. Nesse sentido, uma alternativa encontrada pelos artistas foi fazer uso dos recursos tecnológicos para realizar *shows* e apresentações musicais de seus repertórios através de *lives* (transmissões em tempo real) pela internet, diretamente

de suas residências, com equipe reduzida, distanciada e tomando as precauções de higiene, fazendo uso de máscara e álcool em gel.

Muitos deles promoveram *lives* beneficentes e solidárias a fim de levantar doações financeiras e de alimentos para pessoas que necessitavam de ajuda durante esse período de quarentena e promover alegria e entretenimento durante o isolamento social. Foi o caso da iniciativa¹⁵⁷ da cantora Lady Gaga, com o *show* “One World: Together At Home”¹⁵⁸, com participação de mais de cem artistas ao redor do mundo, que arrecadou em doações um total de US\$ 128 milhões para auxiliar no combate à pandemia. Além destes, artistas como Andrea Bocelli, Roberto Carlos, Ivete Sangalo e outros também promoveram ações semelhantes.

Foram tantas bandas e artistas interessados em realizar suas *lives*, que foram organizadas agendas divulgadas nas redes sociais, elencando as datas e horários da apresentação de cada um deles, a fim de atrair fãs e públicos para cada artista. Também algumas emissoras televisivas transmitiram momentaneamente a *live* de alguns cantores escolhidos por elas. Essa atitude expressa uma espécie de estratégia dos meios de comunicação como forma de levar algum entretenimento ao público e, principalmente, garantir inovação para as suas programações que se encontravam com pouca ou nenhuma produção atual, e assim, angariar audiência em meio a um momento conturbado.

7.1.1 A incerteza do São João de Fortaleza (Brasil) no hiato entre 2020 e 2022

7.1.2. A Edição de 2020

Foi, então, nesse contexto, contando com o significativo apoio da tecnologia, que os profissionais de eventos e festivais encontraram solução para seguir trabalhando durante o período de isolamento social. Desta forma, a edição de 2020

¹⁵⁷ “Veja *lives* que bombaram em 2020” - Na pandemia do novo coronavírus, artistas se reinventaram e usaram a internet para transmitir *shows on-line* inesquecíveis. Relembre algumas das apresentações mais marcantes do ano. Matéria de retrospectiva do ano 2020 do portal G1. Disponível em: <https://g1.globo.com/retrospectiva/2020/retrospectiva-na-globo/noticia/2020/12/16/veja-lives-que-bombaram-em-2020.ghtml>. Acesso em: 02 nov. de 2023.

¹⁵⁸ Tradução Nossa: Um mundo: juntos em casa.

do São João de Fortaleza¹⁵⁹, no Brasil, promovido pela emissora *Verdes Mares*, não aconteceu dentro do padrão ocorrido costumeiramente até o ano anterior (2019), no aterro da Praia de Iracema.

Segundo matéria jornalística produzida pelo portal *G1 Ceará*¹⁶⁰, publicada em 03 de junho de 2020, o evento mencionado, já estava sendo preparado pelos dirigentes da emissora, mas precisou ser reformulado diante do novo cenário; tendo sido transferido, ineditamente, para o formato digital, contando com transmissão pelos veículos e plataformas digitais pertencentes ao *Sistema Verdes Mares* e pelo portal *Gshow*. O diretor de programação do SVM, Fábio Ambrósio, explica que:

“Quando começou a pandemia, tentamos achar uma saída em como participar da vida das pessoas de forma positiva em um momento tão delicado como esse, que é o de isolamento social. Em uma decisão em conjunto, buscamos novo formato por meio de live, costurando com nossos apresentadores no estúdio” (G1 Ceará, 2020).

Exibido pela *TV Verdes Mares*, no sábado, dia 06 de junho de 2020, (extensivo também aos quatro domingos¹⁶¹ seguintes do mês de junho), o evento sofreu uma alteração em sua nomenclatura, foi denominado “São João do Ceará Solidário”; isso porque foi possível ao público telespectador realizar doações através do *QR Code*¹⁶² visível na tela da televisão durante toda a transmissão do evento. Os doadores poderiam escolher algumas instituições selecionadas pelo SVM para direcionar suas doações na plataforma solidária entre instituições que pertencem ao projeto “ParaQuemDoar”, da Rede Globo; a exemplo do “Movimento Supera Fortaleza”, “União CE”, “É Hora de Agir”, entre outros.

¹⁵⁹ Informações sobre a edição de 2020 do São João de Fortaleza. Disponível em: <https://confirmamais.com.br/sao-joao-fortaleza-ceara-programacao/>. Acesso em: 03 nov. de 2023.

¹⁶⁰ “TV Verdes Mares transmite o São João do Ceará Solidário neste sábado” – Matéria publicada no Portal G1 Ceará. Disponível em: <https://g1.globo.com/ce/ceara/noticia/2020/06/03/tv-verdes-mares-transmite-o-sao-joao-do-ceara-solidario-neste-sabado.ghtml>. Acesso em: 03 nov. de 2023.

¹⁶¹ Apresentação da “Live do São João do Ceará Solidário”, também conhecido como “São João do Ceará Dendi Casa”. Disponível no canal do *Youtube* do Diário do Nordeste, <https://www.youtube.com/watch?v=TWPLxH2bPm4>. Acesso em: 03 nov. de 2023.

¹⁶² Código QR é uma espécie de código de barras digital, que pode ser facilmente escaneado e direcionado a páginas virtuais através da câmera de celulares smartphones.

Figura 22 - Logomarca do São João do Ceará Solidário 2020



Fonte: Canal do Youtube de Emmanuel Antonio¹⁶³

Atentos ao selo “em casa”, a apresentação do evento foi conduzida pelos apresentadores Niara Meirele e Lucas Fernandes, em estúdio com dois cenários decorados lembrando um ambiente residencial, com cozinha, sala de estar e sala de jantar. O sentido de solidariedade por parte da emissora também refletiu no apoio dados aos profissionais do ramo musical do estado, que estavam paralisados em suas atividades, sem poder realizar suas apresentações normalmente, conforme explica o dirigente da instituição.

“Já tínhamos uma base do São João tradicional que faríamos. Boa parte dessas atrações estariam lá e se uniriam a outros nomes nacionais, só faltava fechar contratos. Por conta da pandemia e do adiamento dos grandes eventos, a gente acabou refazendo com nomes locais que vivem no Ceará. Até porque, temos um grande compromisso de ajudar a essas pessoas que estão paradas com suas bandas, que sofrem um grande problema no meio artístico” (G1 CEARÁ, 2020).

Os apresentadores anunciavam as atrações locais, que cantavam de forma individual, diretamente de um espaço montado em uma casa de *shows* de Fortaleza, cuja decoração do palco foi inspirada no trabalho do artesão cearense Espedito Seleiro, complementada com elementos representativos do interior do Nordeste brasileiro.

¹⁶³ Início e encerramento do "São João do Ceará Solidário em Casa" - TV Verdes Mares (06/06/2020). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=C13vrp3RFwM>. Acesso em: 06 nov. de 2023.

Figura 23 - Estúdio de transmissão montado para apresentação dos *shows* no “São João do Ceará Solidário” 2020, do SVM.



Fonte: G1 Ceará.

Dentre os (as) cantores (as) que se apresentaram, devido à época junina do ano, foram priorizados os cearenses que pertencem ao gênero do forró, cuja lista de bandas e artistas destaca os que são reconhecidos no cenário forrozeiro local, como Waldonys; Ávine Vinny; Renno Poeta; Solange Almeida; Noda de Caju; Brasas do Forró; Forrozão Tropykália; Rita de Cássia; Zé Cantor; Taty Girl; Samyra Show; Chico Pessoa; Mastruz com Leite; Sirano, Sirino e Siranim; Eliane; Líbanos; Lara Pamella e Anthony Carvalho.

7.1.3 A Edição de 2021

A edição de 2021 do São João de Fortaleza ocorreu também de modo virtual, com muita programação articulada acontecendo no formato *online*, através dos canais do *youtube* de diversos equipamentos culturais do estado coordenados pela Secult-CE, como o Instituto Dragão do Mar, o Cineteatro São Luiz, o Theatro José de Alencar (TJA), a Escola de Gastronomia Social Ivens Dias Branco e a Biblioteca Pública Estadual do Ceará (BECE).

Figura 24 - Cartaz de divulgação do São João de Fortaleza 2021 da Rede de equipamentos da Secult-CE.



Fonte: Portal do Governo do Estado do Ceará.

Em entrevista publicada no dia 04 de junho de 2021, no portal do Governo do Estado do Ceará¹⁶⁴, a coordenadora de Patrimônio Cultural e Memória da Secult CE, Cristina Holanda, explica que a Secretaria lançou edital de apoio a diversos grupos e eventos do Ciclo Junino do Ceará, através da Lei Aldir Blanc¹⁶⁵ e do Edital de Fomento para Grupos dos Ciclos da Cultura Tradicional Popular do Ceará.

“Antes da pandemia, a Secult lançava anualmente um edital para cada ciclo festivo do Ceará. Neste ano, em função da pandemia e evitando o estímulo a atividades presenciais, todos os ciclos festivos foram reunidos em um único edital. Entre eles, está o junino. A partir deste edital são apoiadas as atividades dos grupos de quadrilha junina – tanto na categoria adulto como na infantil – mas com atividades estritamente em meio virtual. Independente deste edital dos Ciclos, a Lei Aldir Blanc movimentou cerca de R\$ 73

¹⁶⁴ “Viva São João: rede de equipamentos da Secult traz programação online especial neste mês”. Matéria divulgada em 2021 no portal do Governo do Estado do Ceará. Disponível em: <https://www.ceara.gov.br/2021/06/04/viva-sao-joao-rede-de-equipamentos-da-secult-traz-programacao-online-especial-neste-mes/>. Acesso em: 06 nov. de 2023.

¹⁶⁵ Lei nº 14.017, de 29 de junho de 2020, de apoio à cultura, que prevê auxílios financeiros destinados ao setor cultural brasileiro.

milhões na economia cearense e possibilitou aos grupos juninos investirem em vários projetos” (GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ, 2021).

Com relação à TV Verdes Mares, em 2021 a emissora se ocupou de incluir a pauta junina (gastronomia, música, vestuário) em seus programas fixos de entretenimento que vão ao ar nos dias de sábado, como o programa *Mistura Boa*, pela manhã, e o programa *Se Liga VM*, no horário da tarde. Além disso, a TVM transmitiu no início do mês, dia 05 de junho, um especial “São João do Nordeste”, exclusivamente dedicado ao ritmo piseiro (subcategoria em ascensão do gênero forró), com apresentação de diversos artistas desse ramo, que gravaram diretamente da cidade de Recife para transmitir para toda a região, em horário nobre do sábado, 05 de junho de 2021, após a novela.

Figura 25 - Post de divulgação do Especial Piseiro publicado no perfil do *Instagram* da TV Verdes Mares.



Fonte: Página do *Instagram* da TV Verdes Mares.

Por fim, foi exibido o “São João *Live* Nordeste”, ou seja, o programa “São João do Nordeste” de sempre, mas exibido em forma de *live*, com apresentações ao vivo de algumas bandas escolhidas de cada estado da região, com exibição no sábado, dia 26 de junho, em todas as afiliadas da Rede Globo de cada estado

nordestino do Brasil, também após a novela, em horário nobre.

Figura 26 - Post de divulgação do São João Live Nordeste 2021 publicado no perfil do *Instagram* da TV Verdes Mares.



Fonte: Página do *Instagram* da TV Verdes Mares.

Assim foi a forma como aconteceu o ciclo junino no estado do Ceará e a participação da emissora TVM na exploração do tema, dentro da realidade permitida, durante o mês de junho de 2021.

7.1.4 A Edição de 2022

A edição do São João de Fortaleza de 2022 foi um pouco incomum e controversa. Isso se deve à ocorrência de uma nova variante da covid-19 (ômicron), que levou a um pico elevado de contaminação do vírus, conforme explica a

matéria¹⁶⁶ jornalística publicada pelo portal G1 Ceará.

Desde julho de 2021, o Ceará apresentava queda no número de mortes e casos mortes por Covid, reflexo da vacinação da população, iniciada em janeiro do mesmo ano. Porém, com a chegada da variante ômicron, com maior transmissibilidade, que se tornou a predominante localmente, o Estado entrou na terceira onda da pandemia (G1 CEARÁ, 2021).

Isso ocorreu nos primeiros meses do ano e o fato levou o governador Camilo Santana a anunciar um novo decreto¹⁶⁷ de restrições e isolamento, no dia 06 de janeiro de 2022, ainda que menos grave do que em outros momentos, porque a esta altura algumas doses de vacina já tinham sido aplicadas.

O decreto versava sobre a proibição de festas públicas, suspendendo todos os eventos de Pré-Carnaval e Carnaval no Ceará, porém, mesmo assim, algumas festas ocorreram, clandestinamente, em alguns pontos da capital e do interior. Outros eventos festivos e sociais (casamentos, formaturas e corporativos) tinham permissão para acontecer, porém, com redução da capacidade de ocupação, para até 250 pessoas em ambientes fechados e 500 pessoas em ambientes abertos.

Esse cenário prevaleceu ainda até os meses seguintes de março, abril e maio, pondo em dúvida a possibilidade de ocorrência de festas de São João durante o mês de junho. Nesse sentido, algumas cidades e organizações particulares promoveram seus eventos juninos, embora realizados ainda de forma tímida, arriscada e meio incompleta.

Assim mesmo, a expectativa para a ocorrência das festividades foi anunciada de forma entusiasmada e vibrante, como um momento esperançoso de retorno à vida normal. Foi o caso dos anúncios do São João de Maracanaú (cidade do Ceará, localizada na Região Metropolitana de Fortaleza), que destacou intensamente o seu retorno naquele ano, assim como houve a volta das festas comunitárias, campeonatos e festivais.

¹⁶⁶ “Governo recomenda abertura do comércio e escolas no carnaval, e amplia a capacidade do público em eventos corporativos, no Ceará”. Portal G1 Ceará. Disponível em: <https://g1.globo.com/ce/ceara/noticia/2022/02/04/governo-recomenda-abertura-do-comercio-e-escolas-no-carnaval-e-amplia-capacidade-do-publico-em-eventos-corporativos-no-ceara.ghtml>. Acesso em: 07 nov. de 2023.

¹⁶⁷ “Novo Decreto veta festas de pré e carnaval e reduz capacidade de eventos”. Disponível em: <https://www.seplag.ce.gov.br/2022/01/06/novo-decreto-veta-festas-de-pre-e-carnaval-e-reduz-capacidade-de-eventos/>. Acesso em: 07 nov. de 2023.

Exemplo disso foi a Secretaria de Cultura e Turismo de Sobral (principal cidade localizada na região Norte do Ceará) que anunciou o programa junino da cidade para 2022, para os dias 24 e 25, que contou com programação cultural, competitiva e musical. Também o São João de Maracanaú realizou o evento de 3 a 19 de junho, garantindo que “o maior São João do Brasil voltou com a cremosidade que todo mundo ama” ¹⁶⁸, com grandes atrações musicais; exigindo, na entrada, a apresentação do cartão de vacinação, ou comprovação pelo aplicativo Conecte SUS¹⁶⁹, de ao menos duas doses da vacina contra a COVID 19 para todos os maiores de 12 anos.

Foi dessa forma que algumas festas juninas retornaram, enfrentando uma série de exigências e restrições para acontecer, diferente do formato natural que aconteciam até o ano pré-pandemia de 2019.

Nesse contexto de indefinições, a festividade tradicional do Aterro da praia de Iracema, costumeiramente promovida pelo SVM, não aconteceu em 2022. Segundo os responsáveis pela produção do evento, o motivo da não ocorrência foi justamente a incerteza sobre a permissão para grandes eventos, e a impossibilidade de tempo hábil para produzi-lo nos padrões formais.

Deste modo, a TVM tratou de abordar o período junino, mais uma vez, dentro de sua programação de telejornais e programas de entretenimento, como o *Mistura Boa* e o *Se Liga VM*.

Figuras 27 e 28 - Posts publicados no mês de junho na página do *Instagram* da *TV Verdes Mares*

¹⁶⁸ *Slogan* de retorno da festa, fazendo referência ao patrocinador do evento, a cerveja Brahma.

¹⁶⁹ Aplicativo do Sistema Único de Saúde (SUS) brasileiro.



Fonte: Página do *Instagram* da TV Verdes Mares.

A temática junina se estendeu na grade de programação da emissora durante todo o mês de junho de 2022, conforme se vê na publicação abaixo.

Figura 29 - Post de divulgação publicado no mês de junho na página do *Instagram* da TV Verdes Mares



Fonte: Página do *Instagram* da TV Verdes Mares.

Nos dias 24 e 25 de junho, a afiliada transmitiu o tradicional festival “São João do Nordeste”, exibindo o “o que tem de melhor nos nove estados da região”, com apresentações musicais de artistas.

Figura 30 - Post publicado na página do *Instagram* da TV Verdes Mares



Fonte: Página do *Instagram* da *TV Verdes Mares*.

Importante mencionar que esse apelo para a tão esperada volta das festas juninas foi utilizado também pela cabeça de rede nacional, TV Globo, que exibiu festivais juninos do Nordeste em sua programação. Foi o caso do Programa “Globo Repórter”, que anunciou seu conteúdo exibido no dia 24 de junho de 2022 (dia de São João).

Figura 31 - Post publicado na página do *Instagram* da *TV Verdes Mares*



Fonte: Página do *Instagram* da TV Verdes Mares.

Tão grande foi a empolgação e o sentimento de esperança gerado com relação ao retorno das festividades, que alguns eventos juninos ainda aconteceram na capital cearense até o final do mês de agosto, conforme aponta a matéria¹⁷⁰ publicada no portal da Prefeitura de Fortaleza, divulgando o apoio oficial da Secultfor para a ocorrência de festejos tradicionais de São João em todas as Regionais da cidade, com circuitos, arraiás e festivais de quadrilhas, distribuídos em diversos espaços públicos dos bairros da capital.

Foi dessa forma que aconteceu o São João de Fortaleza e, junto dele, a

¹⁷⁰ “Festejos juninos seguem animando bairros de Fortaleza; confira a programação”. Matéria publicada pela Prefeitura de Fortaleza, em 16 de agosto de 2022. Disponível em: <https://www.fortaleza.ce.gov.br/noticias/festejos-seguem-animando-bairros-de-fortaleza-confira-a-programacao>. Acesso em: 09 nov. de 2023.

exploração midiática em torno do circuito junino na edição de 2022. Representou, claramente, uma semi-retomada, adaptada aos moldes pandêmicos, ainda com restrições e cuidados a serem tomados, e ocorrendo de forma híbrida. Encaramos essa edição como uma preparação para o ano seguinte de 2023, em que, finalmente, os festejos poderiam voltar a ocorrer mais próximos da regularidade prevaiente até o ano de 2019, anterior ao impacto da pandemia no mundo.

7.2 A incerteza do São João de Braga (Portugal) no hiato entre 2020 e 2022

7.2.1 A edição de 2020

O ano de 2020 também trouxe uma pausa forçada e inédita ao antiquíssimo e tradicional São João de Braga, em Portugal. Foi a pandemia a responsável por esse ato prudente de suspensão da festa sanjoanina da cidade. O anúncio oficial da interrupção da festa foi feito pelo presidente da Associação de Festas de São João de Braga (AFSJB), Firmino Marques, em vídeo¹⁷¹ de mais de 3 minutos, amplamente divulgado na internet e redes sociais, em forma de comunicado oficial.

As notícias da suspensão também se multiplicaram pelos meios de comunicação da cidade e do país, gerando sentimentos de surpresa, espanto, frustração e alerta à população bracarense. A página oficial da “maior festa popular de Portugal” divulgou, no dia 30 de março de 2020, o anúncio¹⁷² do cancelamento das festas de São João de Braga 2020, que ocorria em conformidade com as “recomendações da Direção-Geral da Saúde (DGS), do Plano Nacional de Preparação e Resposta à Doença por novo Coronavírus (COVID-19) e em complemento às medidas já anunciadas no Plano de Contingência Municipal”.

Para Firmino Marques, Presidente da Associação de Festas de São João de Braga, a difícil e histórica decisão era inevitável dada a evolução repentina da pandemia. “Com as nossas responsabilidades, enquanto organizadores de uma festa dedicada a São João e vivida intensamente pelo povo, nunca poderíamos pôr em causa a salvaguarda da saúde de cada bracarense e visitante, daí que esta, apesar de difícil, ter sido uma decisão ponderada e recomendada pela situação imprevisível que

¹⁷¹ “Cancelamento do São João de Braga 2020” – canal do *Youtube* da Associação das Festas do São João de Braga. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=l6lUDQ4Chsl>. Acesso em: 20 nov. de 2023.

¹⁷² “Cancelamento das festas de São João de Braga 2020”. Anúncio publicado no *site* da Associação das Festas do São João de Braga. Disponível em: <https://www.saojoabraga.pt/2020/03/30/cancelamentosaojoao2020>. Acesso em: 23 nov. de 2023.

vivemos atualmente”, adianta (AFSJB, 2020).

Mesmo diante da gravidade da situação, o anúncio assegurava o regresso da festa no ano seguinte, com a realização da edição de 2021 de forma intensa e habitual. Antes de concluir, a organização informa que, mesmo com o cancelamento, um conjunto de iniciativas seria preparado para que a população pudesse celebrar a maior festa popular de Portugal em segurança.

A emissora *Braga TV* reproduziu o anúncio oficial da Associação de Festas em forma de notícia em sua página de internet, na qual informa, no próprio dia 30 de março, a decisão da AFSJB de não realizar a festividade sanjoanina de 2020 em razão da pandemia, conforme matéria¹⁷³ publicada em seu portal.

Figura 32 - Matéria sobre o cancelamento das festas de São João de Braga de 2020, publicada no portal da emissora Braga TV.



Fonte: Portal Braga TV

Foi nesse contexto de cancelamento inédito que a festividade em 2020 passou a ser denominada como “São João dentro de portas”, em que as diversas atividades habituais, como a abertura do programa “Faça-se Luz”, com a iluminação de São João na Arcada, na Capela de São João da Ponte e no Arco da Porta Nova

¹⁷³ “Canceladas as festas de São João de Braga 2020”. Matéria publicada pela emissora *Braga TV*. Disponível em: <https://bragatv.pt/canceladas-as-festas-do-sao-joao-de-braga-em-2020/>. Acesso em: 20 nov. de 2023.

foram visualizadas somente através de transmissões nas plataformas oficiais da Associação de Festas AFSJB.

Figura 33 - Cartaz de divulgação do São João dentro de portas de Braga, em 2020.



Fonte: Portal da AFSJB

Tais atividades virtuais ocorreram de 15 a 24 de junho e, na abertura da programação, as luzes sanjoaninas da cidade foram acesas, com o “faça-se luz” transmitido pelo canal do *youtube*¹⁷⁴ da AFSJB, onde foi lançada a campanha virtual #BouParaOanoQueVem e #ParaOanoBamosTodos, indicando, mais uma vez, a expectativa para o regresso da festa para o ano seguinte.

No vídeo de boas-vindas à edição de 2020, o presidente da Associação, Firmino Marques, solicitou o envio de fotografias e vídeos da participação do público no evento virtual para que fossem feitos documentos históricos do material enviado. O presidente fez um apelo para que a festa, com mais de 800 anos de tradição, realmente se realizasse dentro de portas naquele ano.

Ainda no vídeo, também se pronunciou o presidente do município de Braga, Ricardo Rio, afirmando ser diferente ver o São João da cidade com ruas

¹⁷⁴ “Faça-se Luz” | São João de Braga 2020” – Canal do *Youtube* da Associação de Festas de São João de Braga (AFSJB). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MR14IOU-ZNA>. Acesso em: 27 nov. de 2023.

vazias, mas que era isso que desejavam para aquela edição; também pediu para que isso não implicasse em um afastamento da festa por parte da população, revelando talvez uma preocupação dos dirigentes da cidade. Por outro lado, disse que o programa da AFSJB preparou um programa diversificado para valorizar as dimensões culturais, etnográficas e religiosas, que sempre marcaram essas festividades e, por fim, garantiu que o evento voltaria no próximo ano para “celebrar juntos no coração da nossa cidade”.

Em diversas matérias sobre as sanjoaninas, a emissora Braga TV divulgou que, para 2020, o “São João de Braga apresenta programa adaptado a pensar na segurança dos bracarenses”, informando que, em mais de 800 anos de história, as festas do São João de Braga não acontecem nas ruas da cidade pela primeira vez.

O São João de Braga vai ser vivido este ano de forma diferente. O programa das maiores sanjoaninas do país foi apresentado na manhã deste sábado pela Associação de Festas, que adequou o programa à atual situação que o país atravessa devido à pandemia da Covid-19, mas feito a pensar na segurança dos bracarenses, desafiando-os a viverem o São João dentro de portas (BRAGA TV, 2020).

Foram 38 publicações da emissora Braga TV abordando exclusivamente conteúdos sobre o São João no ano de 2020. Porém, em meio ao desânimo pelo cancelamento da festa no formato habitual, uma alegria ao povo bracarense: “São João de Braga nomeado para as 7 Maravilhas da Cultura Popular”¹⁷⁵. O concurso é uma iniciativa do grupo de comunicação Rádio e Televisão de Portugal (RTP), com o intuito de identificar, fomentar e reconhecer o património cultural material e imaterial de Portugal.

O número significativo de publicações da emissora sobre a festividade se deu em razão dos anúncios e incentivos à votação do público para o concurso das sete Maravilhas da Cultura Popular. Porém, após a apuração da votação do público, o município não conseguiu a distinção almejada naquele ano.

Algumas recomendações para aproveitar esse novo formato de festa foram divulgadas pela AFSJB, na proximidade do evento, em 06 de junho de 2020, na

¹⁷⁵ “São João de Braga nomeado para as 7 Maravilhas da Cultura Popular” – Matéria publicada no portal Braga TV, em 14 de abril de 2020. Disponível em: <https://bragatv.pt/sao-joao-de-braga-nomeado-para-as-7-maravilhas-da-cultura-popular/>. Acesso em: 29 dez. de 2023.

intenção de gerar interatividade com o público.

O São João de Braga, em 2020, celebra-se em casa! A Associação de Festas de São João de Braga já tinha dado a conhecer que, por precaução e pelas razões de todos conhecidas, o São João tem de ser comemorado de outra maneira. Diferente, mas nem por isso menos animado! A vibrante alegria que se estende por 10 dias, do centro da cidade até ao epicentro da Festa, a Ponte de São João, tem este ano de ser dentro de portas. Seja criativo e partilhe connosco, nas redes sociais, as suas fotos e vídeos e festejemos todos juntos a Maior Festa Popular de Portugal! (AFSJB, 2020).

A Associação ainda informa as redes onde o São João de Braga poderia ser acompanhado, como o *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e *YouTube* da organizadora e sugeriu o uso de algumas *hashtags* que poderiam ser utilizadas pelos espectadores internautas, como *#sãojoãodebraga* *#sãojoãodebragadentrodeportas* *#sãojoãodebragadiferente2020*.

Dessa forma, vemos uma clara preocupação por parte dos representantes da AFSJB em divulgar a programação¹⁷⁶ preparada para o evento e orientar o público a maneira de interagir de acordo com a etiqueta e padrões virtuais estabelecidos no ciberespaço, especialmente para aqueles (as) que não possuem o adequado letramento digital imposto pelo século XXI.

7.2.2 A edição de 2021

Ainda que as mensagens transmitidas oficialmente em 2020 fossem otimistas com relação à previsão de ocorrência das festividades para o ano posterior (talvez para tranquilizar e levar esperança à população local), a edição de 2021 também não pôde ocorrer como prometido “de forma intensa e habitual”. Isso porque em junho de 2021, a pandemia ainda preocupava, com ondas de contágio consideráveis, mesmo com doses de vacinas já administradas no país lusitano.

Desse modo, a gestão da cidade e da festa decidiu realizar o evento em formato híbrido, considerado um meio termo entre o formato presencial de costume e o “São João dentro de portas” do ano anterior. Nesse cenário, também ficou decidida a redução do período festivo, de dez para somente sete dias, entre 18 e 24

¹⁷⁶ A programação completa da edição de 2020 do São João de Braga pode ser acessada na página da Associação de Festas no seguinte link <https://www.saojoaobraga.pt/2020/06/06/sao-joao-de-braga-2020-dentro-de-portas/>. Acesso em: 28 nov. de 2023.

de junho, conforme cartaz de divulgação do evento divulgado pelos órgãos responsáveis.

Figura 34 - Cartaz oficial de divulgação do São João de Braga entre portas, em 2021.



Fonte: Portal da Câmara Municipal de Braga

Como dito anteriormente, a esta altura, a pandemia se encontrava em uma fase de contágio mais controlado, devido às doses de vacinas já aplicadas na população. Nesse sentido, as autoridades sanitárias não liberaram totalmente a ocorrência de eventos, mas os autorizaram com algumas restrições relativamente ao número de pessoas e respeitando um limite de distanciamento social. Assim, foi possível, de um ano para o outro, o avanço do “São João dentro de portas” para o “São João entre portas”.

Em 12 de abril daquele ano, foi divulgada uma notícia¹⁷⁷ pela Associação de Festas e Câmara Municipal da cidade informando que esta edição foi pensada para ocorrer em formato digital e que iria oferecer “conteúdos inéditos face a 2020, as festas contarão ainda com a possibilidade da realização de atividades presenciais, condicionadas ao cumprimento das regras estabelecidas pelas autoridades de saúde” (AFSJB, 2021). Novamente, os dois representantes das instituições acima mencionadas, se pronunciaram no anúncio divulgado. Afirmou o presidente da AFSJB, Firmino Marques:

¹⁷⁷ “São João de Braga regressa com 7 dias e em formato híbrido” – Notícia publicada pela Associação de Festas do São João de Braga, em 12 de abril de 2021. Disponível em: <https://www.saojoaobraga.pt/2021/04/12/sao-joao-de-braga-regressa-com-7-dias/>. Acesso em: 28 nov. de 2023.

“Em 2021, mais uma vez por cautela, o São João de Braga acontecerá em formato digital, chegando a todos aqueles que veneram e gostam das nossas festas. No entanto, e acautelando a saúde de cada um e a de todos, poderá ser possível abrir um pouco a porta e, para além do digital, oferecer algumas atividades em formato presencial” (AFSJB, 2021).

Também o Presidente da Câmara Municipal de Braga, Ricardo Rio, comunicou que “este ano ainda não será possível viver as festas de São João de Braga no seu formato tradicional, capaz de mobilizar milhares de pessoas”, mas relatou que:

“A Associação de Festas de São João de Braga e todas as organizações que estão ligadas às festas estão a trabalhar para criar condições para que, ora de forma digital, ora sempre que possível, mas com toda a segurança de forma física também seja possível assegurar o envolvimento de todos aqueles que vivem intensamente este período” (AFSJB, 2021).

Outra inovação para esta edição foi a criação de um aplicativo para dispositivos móveis do São João de Braga para que o público pudesse acessar e participar mais ativamente do evento. Sobre a novidade, a Associação informa¹⁷⁸ que “depois de uma edição experimental em 2020, a AFSJB consolidou a sua aposta no digital através do desenvolvimento de um conjunto de conteúdos que pretende perpetuar a história e o simbolismo de alguns dos pilares das festas de São João”. E continua:

Além da transmissão do programa digital “São João de Braga Entre Portas”, a AFSJB junta às suas ferramentas de comunicação digital uma aplicação do São João de Braga. A aplicação irá disponibilizar um conjunto de conteúdos que permitirão aproximar o espectador das iniciativas desenvolvidas no âmbito das festas. (AFSJB, 2021).

Dessa forma, vemos que claramente o digital foi uma grande aposta do São João bracarense em 2021, havendo, inclusive, um apelo por parte dos organizadores, para que os cidadãos acompanhassem em segurança as festas a partir das plataformas digitais, como o exemplo da matéria¹⁷⁹ intitulada “Associação

¹⁷⁸ “São João de Braga ‘Entre Portas’ com segurança e muitas novidades” – Notícia publicada pela Associação de Festas do São João de Braga, em 12 de junho de 2021. Disponível em: <https://www.saojoaobraga.pt/2021/06/12/programa-sao-joao-braga-2021/>. Acesso em: 26 dez. de 2023.

¹⁷⁹ “Associação apela à comunidade para celebrar o São João de Braga em casa” – matéria jornalística produzida pela emissora Braga TV, publicada em 22 de junho de 2021. Disponível em: <https://bragatv.pt/associacao-apela-a-comunidade-para-celebrar-o-sao-joao-de-braga-em-casa/>. Acesso em: 29 dez. de 2023.

apela à comunidade para celebrar o São João de Braga em casa”, divulgada pela Braga TV.

Com a matéria intitulada “São João de Braga vai realizar-se com programa adaptado à pandemia”, a emissora Braga TV começou a divulgar, a partir de abril de 2021, uma série de 18 matérias informativas sobre os mais diversos assuntos relacionados ao São João.

Os títulos dos conteúdos publicados nas produções jornalísticas da emissora deram conta que as “Festas do São João de Braga voltam a ter concertos presenciais”, ressaltando também o sentido religioso ao destacar que a “Eucaristia de homenagem e novena marcam terceiro dia do São João de Braga”, bem como informando que a “Cidade ilumina-se para celebrar o São João de Braga”¹⁸⁰.

Figura 35 - Matéria jornalística sobre as festas de São João de Braga, produzida pela emissora Braga TV, publicada em junho de 2021.



Fonte: Portal Braga TV

¹⁸⁰ Matéria jornalística sobre as festas de São João de Braga, produzida pela emissora Braga TV, publicada em junho de 2021. Disponível em: <https://bragatv.pt/cidade-ilumina-se-para-celebrar-o-sao-joao-de-braga/>. Acesso em: 29 dez. de 2023.

Porém, o espírito sanjoanino também pôde ser sentido a partir de algumas iniciativas culturais que ocorreram na modalidade presencial, sempre em conformidade com as normas de segurança definidas pela Direção Geral de Saúde (DGS) de Portugal, sendo cinco espetáculos e sete exposições para resgate da memória dos festejos sanjoaninos mais antigos do país.

Dentre as atividades de memória desta edição, pode ser incluída a decoração da cidade, que recuperou registros fotográficos antigos da festividade e ornamentou as ruas de Braga com os elementos representativos que fazem parte deste importante evento minhoto, como os cavaquinhos, as rusgas, o folclore, os gigantones e cabeçudos.

Figura 36 - Matéria jornalística sobre as festas de São João de Braga, produzida pela emissora Braga TV, publicada em maio de 2021.



Fonte: Portal Braga TV

Além disso, ainda tratando de memória sanjoanina, no dia 19 de junho, foi realizada uma sessão, no Pequeno Auditório do Altice Fórum Braga, com a

presença de diversas entidades ligadas aos variados modos de celebração do São João em Portugal - São João de Sobrado (Valongo), São João D'Arga (Caminha), Cavalhadas de São João (Viseu) e São João do Porto - para partilhar e refletir sobre as festas e romarias realizadas no país em honra ao santo São João.

A parte musical ficou a cargo de diversos grupos, cantores e artistas que se apresentaram em espaços como o Grande Auditório do Altice Fórum Braga, o Theatro Circo e o Museu dos Biscainhos para garantir uma programação divertida e vibrante à edição sanjoanina de 2021.

O palco da abertura e encerramento da festividade foi no Grande Auditório do Altice Fórum Braga, com entrada gratuita. O Theatro Circo recebeu, no dia 19 de junho, a artista Ana Bacalhau para comandar o tradicional concerto da Gala Sanjoanina¹⁸¹. O músico Daniel Pereira Cristo realizou, no dia 20 de junho, um concerto intimista nos jardins do Museu dos Biscainhos.

Assim, o São João de Braga de 2021 foi realizado “entre portas”, ou seja, de maneira híbrida, representando um avanço nas comemorações em comparação com o evento do ano anterior, porém ainda com restrições motivadas pela pandemia de covid-19, sendo necessário respeitar os protocolos de recomendações da DGS de Portugal.

7.2.3 A edição de 2022

O ano de 2022 finalmente marca o retorno das festas de São João de Braga às ruas da cidade. Em uma escala restritiva de permissão para encontro e aglomeração de pessoas, as sanjoaninas estiveram “dentro de portas” em 2020, passaram para “entre portas” em 2021, e puderam novamente vivenciar a experiência festiva “fora de portas” em 2022.

A permissão ao regresso das atividades festivas de modo convencional aconteceu devido à ampliação da vacinação da população em escala mundial e a consequente redução do número de contágios, estado grave e morte de pessoas

¹⁸¹ Concerto tradicional do São João de Braga, que apresenta uma mostra sobre a cultura popular minhota.

pela pandemia de coronavírus.

Nesse sentido, as autoridades portuguesas sentiram confiança em liberar a realização de uma festa grandiosa como o São João bracarense, que ocorreu novamente durante dez dias, entre os dias 15 e 24 de junho de 2022, como se pode verificar abaixo no cartaz oficial de divulgação do evento.

Figura 37 - Cartaz oficial de divulgação do São João de Braga de 2022.



Fonte: Portal WeBraga¹⁸²

O regresso da programação de dez (10) dias daquele que marcou o primeiro evento presencial pós-pandemia começou a ser anunciada com muito entusiasmo pela imprensa e pelos organizadores a partir de fevereiro daquele ano; a exemplo da emissora Braga TV, que possui uma volumosa cartela de matérias jornalísticas em seu portal, publicações em redes sociais e reportagens no seu canal do *Youtube*, que tratam exclusivamente de temas sanjoaninos.

Figura 38 - Matéria de divulgação do retorno das festas de São João de Braga, produzida pela emissora *Braga TV*, publicada em fevereiro de 2022.

¹⁸² Programação do São João de Braga de 2022 – Portal WeBraga. Disponível em: <https://webraga.pt/blog/sao-joao-de-braga-2022-programacao/>. Acesso em 26 dez. de 2023.

[BRAGA TV]

BRAGA REGIÃO PAÍS ATUALIDADE DESPORTO CULTURA EDUCAÇÃO

Início > Braga > Festas de São João de Braga estão de volta este ano

Festas de São João de Braga estão de volta este ano

Redação 15 de Fevereiro, 2022 15:23



desporto/

Fonte: Braga TV

O retorno do São João às ruas de Braga, além de muito entusiasmo, contou com algumas novidades, como a realização de três concertos musicais e a elaboração de um novo carro dos pastores para o tradicional cortejo sanjoanino.

Outra importante inovação foi o projeto “São João hoje”, que contemplou a reinterpretação adaptada à modernidade das clássicas sonoridades sanjoaninas, revisitando o cancionário minhoto e valorizando o patrimônio cultural imaterial da região. Deste projeto, também foi elaborado um livro pedagógico com as letras das clássicas canções dessa época do ano.

A Câmara Municipal de Braga anunciou, em seu portal¹⁸³, o retorno oficial da festividade bracarense, trazendo as novidades sobre o evento.

O São João de Braga está de volta às ruas. Para aquela que é a edição fora de portas depois da pandemia, estão preparados três concertos, um novo carro dos pastores, a reinterpretação do cancionário sanjoanino bracarense

¹⁸³ “São João de Braga 2022” – Câmara Municipal de Braga. Disponível em: <https://www.cm-braga.pt/en/1301/conhecer/etnografia-e-tradicao/festas-feiras-e-romarias/item/item-1-13967>. Acesso em: 27 dez. de 2023.

“São João hoje”, e um regresso normal com todos os divertimentos. (...) Destaque, ainda, nesta edição, para o novo Carro dos Pastores, que sai para as ruas no dia 24 junho, no tradicional Cortejo Sanjoanino. Tradicional, também, é o Concurso das Cascatas Sanjoaninas que volta a ter o seu espaço no programa do São João de Braga. Dentro das novidades a dar conta, a surpresa já revelada, o lançamento do “São João hoje”. Depois de duas edições em modo pandemia, este ano voltam os divertimentos que tanto alegam as noites sanjoaninas e fazem as delícias de todas as idades (CÂMARA MUNICIPAL DE BRAGA, 2022).

A edição de 2022 contemplou uma extensa programação festiva que, dentre tantas atividades novas e tradicionais, realizou alguns concursos que estimulam o envolvimento da população na festividade. Pela terceira vez, foi realizado o concurso “Doce Sanjoanino”, iniciativa conjunta da Associação Empresarial de Braga e da AFSJB, em parceria com a União das Freguesias de S. Lázaro e S. João do Souto e a Câmara de Braga, cujo objetivo é promover e divulgar as pastelarias do concelho e desafiar os pasteleiros a criarem um doce oficial dedicado ao São João bracarense.

Além desse, a edição marcou o retorno do tão querido concurso de cascatas¹⁸⁴ sanjoaninas, trabalhos artísticos que relacionam a tradição e a modernidade do São João de Braga. O concurso é promovido, pela nona vez, pela Associação de Festas de São João de Braga, e os vencedores ganham premiação em dinheiro.

Todas essas ações e iniciativas de retorno das sanjoaninas bracarenses foram exaustivamente divulgadas pela imprensa através dos diversos meios de comunicação. Para o nosso estudo, temos a atuação da emissora *Braga TV* publicando de forma intensa o São João da cidade, anunciando o regresso da festa desde o mês de fevereiro e mantendo uma agenda constante de notícias com atualizações sobre o festejo, distribuídas durante os meses, mas intensificada no mês de junho, quando manteve cerca de trinta (30) notícias em sua página oficial, resultando em uma média de, pelo menos, uma publicação diária sobre a celebração.

As demais informações sobre o São João foram alimentadas pela *Braga TV* em todas as suas plataformas, incluindo portal na internet, redes sociais e canal

¹⁸⁴ O significado do termo “Cascatas” utilizado em Portugal é o mesmo que “maquetes” em português do Brasil, e consiste na representação reduzida de um cenário específico em tamanho de miniatura.

do *youtube*.

As estatísticas, divulgadas tanto pela Associação de Festas¹⁸⁵, como pela emissora Braga TV¹⁸⁶, em seus respectivos portais eletrônicos, demonstram, em números, o sucesso da festa, que contou com cerca de 01 milhão de pessoas para prestigiar mais de 250 horas de programação, 160 iniciativas, com o envolvimento de 10 mil pessoas de mais de 350 grupos e associações.

Em uma edição marcada pela euforia social e midiática de retorno aos (re) encontros com a comunidade e a tradição cultural minhota, o São João de Braga de 2022 contou com a volta dos gigantones e cabeçudos, os quadros clássicos, muita música, folia, animação, surpresas e novidades, levando o público ao delírio da magia de vivenciar novamente essa festividade tão querida pela população.

7.3 O São João de Fortaleza e Braga na edição de 2023

Com base no objetivo de pesquisa que visa identificar traços comparativos entre as estruturas, expressões culturais, disposição dos festejos juninos contemporâneos, verificando também os processos folkcomunicacionais audiovisuais realizados pelos canais *TV Verdes Mares* e *Braga TV*, utilizaremos como base referencial, para fins comparativos, a edição de 2023 das festas de São João realizadas nas duas cidades de Fortaleza e Braga.

A decisão de analisar os eventos realizados no ano de 2023 se deve, principalmente, ao contexto conturbado para a efetiva ocorrência, de forma plena, de eventos públicos de grande porte durante os mais graves anos da pandemia (2020 – 2022). A concretização de ambas as festas em 2023 ajudará a compreender o funcionamento das atividades celebrativas nesse momento de retorno ao padrão comum dos eventos juninos, auxiliando no atendimento ao objetivo principal de investigação desta tese de doutoramento acima mencionado.

¹⁸⁵ “São João de Braga recebeu mais de 1 milhão de foliões” - Matéria de balanço sobre a edição de 2022 do São João de Braga, publicada no portal da AFSJB, em 18 de julho de 2022. Disponível em: <https://www.saojoaobraga.pt/2022/07/18/sao-joao-de-braga-recebeu-mais-de-1-milhao-folios/>. Acesso em: 02 jan. de 2024.

¹⁸⁶ “Um milhão de pessoas foram ao São João de Braga” - Matéria de balanço sobre a edição de 2022 do São João de Braga, publicada no Portal da emissora *Braga TV*, em 18 de julho de 2022. Disponível em: <https://bragatv.pt/um-milhao-de-pessoas-foram-ao-sao-joao-de-braga/>. Acesso em: 02 jan. de 2024.

Para responder a questões sobre a organização, as tradições culturais e a participação dos grupos de mídia audiovisuais locais nas festividades de São João em suas respectivas cidades, trataremos, inicialmente, de isolá-las, para conferir, individualmente, a edição dos eventos ocorridos em 2023 para, em seguida, cruzar os dados de interesse de análise.

7.3.1 “Arraiá do Ceará”: A edição de 2023 do São João de Fortaleza

Foram três anos de pausa (2020 – 2022) dos festejos juninos de modo tradicional em Fortaleza em razão da pandemia de covid-19. Em 2023, porém, o tão aguardado retorno das festas finalmente aconteceu. A última edição tradicional da festa em Fortaleza havia acontecido em 2019, no aterro da Praia de Iracema, nos dias 21, 22 e 23 de junho. O evento foi organizado pelo Sistema Verdes Mares (SVM) e contou com apresentação de doze (12) grupos de quadrilhas juninas e quinze (15) artistas e bandas, alguns nacionais, mas, principalmente, bandas locais.

Segundo o documento de pós-venda da festa de 2019, disponibilizado pelo SVM, ao todo, foram contabilizados mais de 120 mil pessoas presentes nos três dias de festa. Em números, foram 97.614.062 impactos de divulgação na mídia no mercado da Grande Fortaleza, veiculada entre 21 de maio e 23 de junho. Nas redes sociais do SVM, foram feitas mais de 50 publicações no *feed*¹⁸⁷ do *Instagram*, e no perfil oficial do evento (@saojoaodocearaoficial) foram 63 publicações de conteúdo especial. A imagem abaixo revela, em números, a divulgação do evento nos veículos de comunicação pertencentes ao SVM.

Figura 39 - Balanço da divulgação do “São João do Ceará” de 2019 na mídia

¹⁸⁷ Refere-se à página principal de um perfil do *Instagram*, onde constam as publicações fixas de fotos e vídeos para a visualização de seus seguidores.



Fonte: Documento de pós-venda do SVM da edição de 2019 do “São João do Ceará”

A revelação desses dados nos ajuda a obter uma melhor compreensão sobre o tamanho e a dimensão de uma das principais festas de São João no Ceará, idealizada e realizada dentro do ritmo regular das atividades cotidianas de uma grande capital brasileira.

Criado com o objetivo de enviar a quadrilha campeã para disputar o Festival de Quadrilhas Juninas da (Rede) Globo Nordeste, o denominado “Arriaiá do Ceará”, em sua 10ª edição (2023), foi bem diferente da festa realizada antes da pandemia, em 2019.

Mais uma vez, o evento foi uma iniciativa do Sistema Verdes Mares, e contou com a parceria da Organização Não-Governamental (ONG) União Junina do Ceará e do Governo do Estado; assim como teve o apoio da iniciativa privada, através do grupo Ancar Ivanhoé, que concedeu o uso do espaço de estacionamento do centro comercial *North Shopping Jóquei* para a realização da festividade, além dos patrocinadores *Aurora Alimentos* e da casa de apostas *Esportes da Sorte*.

O envolvimento de diversas instituições públicas e privadas na preparação e organização de uma festividade cultural de caráter popular revela a adesão desses grupos empresariais a uma das categorias pertencentes aos estudos folkcomunicaçãois, denominado Folkmarketing, que combina manifestações do folclore e cultura popular com estratégias de *marketing* institucional.

Segundo o pesquisador Severino Lucena, o Folkmarketing acontece quando as “ações de marketing nos eventos estão direcionadas para um projeto cultural em que as estratégias comunicacionais apoiam-se nas expressões folclóricas e na apropriação dos elementos das culturas populares” (Lucena Filho, 2013, p. 714).

Figura 40 - Logomarca oficial do “Arraiá do Ceará” 2023



Fonte: PublicoAEventos

Figura 41 – Informações de divulgação do “Arraiá do Ceará” 2023



Figura 42 – Divulgação da realizadora oficial do “Arraiá do Ceará” 2023



Fonte: PublicoAEventos

A prática do Folkmarketing se manifestou nesta festividade com a atuação das marcas que patrocinaram e realizaram (inclusive o grupo de mídia Sistema Verdes Mares) o evento em questão. Esta prática pode ser identificada através do “uso dos elementos da cultura popular na construção da identidade do evento” e da “publicização das marcas e produtos das empresas parceiras do evento, através da agregação de valores e comportamentos culturais da região” (Lucena Filho, 2013, p. 715).

Como exemplo, podemos mencionar a brincadeira de pescaria realizada durante a festa, organizada e conduzida por uma loja de vestuário popular da cidade, na qual o objeto conquistado na pescaria era um doce habitualmente consumido no São João (paçoquita), que estava embalado com a logomarca da TV Verdes Mares.

Figura 43 - Brincadeira da Pescaria durante o evento “Arraiá do Ceará”



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 44 - Doce conquistado na brincadeira da Pescaria durante o evento “Arraiá do Ceará” embalado com a logomarca da TVM



Fonte: Elaborado pela autora

Com entrada gratuita e duração reduzida em 2023, o Arraiá do Ceará foi um reflexo do processo de retorno dos megaeventos após a paralisação devido à pandemia. A festa foi aberta ao público com duração de apenas duas noites, no final de semana dos dias 10 e 11 de junho, e contou com atividades lúdicas, apresentações de quadrilhas juninas, brincadeiras, espaço infantil, praça de alimentação com 16 barracas de comidas típicas e decoração com cidade cenográfica, conforme os registros abaixo (figuras 45 a 49) que retratam o cotidiano da festividade.





Fonte: Elaborado pela autora

Foram três (3) grupos culturais¹⁸⁸ e doze (12) grupos de quadrilhas juninas que se apresentaram no palco principal da festa e disputaram o título de campeã do estado, consagrando, pela sexta vez, a quadrilha “Junina Babaçu” como a grande vencedora¹⁸⁹, que representou o Ceará, em Pernambuco, no dia 18 de junho, na competição do Festival de Quadrilhas Juninas, da Rede Globo.

Figura 50 - Publicação da União Junina no *Instagram* anunciando a pontuação e *ranking* geral das quadrilhas em disputa



Fonte: Redes Sociais (Instagram)

Figura 51 e 52 - Publicações da quadrilha cearense “Junina Babaçu”, campeã do festival, no seu perfil do Instagram

¹⁸⁸ Os três grupos culturais locais que se apresentaram no evento foram em substituição a quatro grupos de quadrilhas juninas que não puderam comparecer no dia do evento. Inicialmente foram anunciadas dezesseis quadrilhas para disputa e, ao final, disputaram somente doze.

¹⁸⁹ “Quadrilha Junina Babaçu conquista o hexacampeonato do Arraiá do Ceará” – Matéria produzida pelo Portal G1 Ceará. Disponível em: <https://g1.globo.com/ce/ceara/saojoao/noticia/2023/06/12/quadrilha-junina-babacu-conquista-o-hexacampeonato-do-arraia-do-ceara.ghtml>. Acesso em: 10 jan de 2024.



Fonte: Redes Sociais (Instagram)

Figuras 53 e 54 – Imagens do Festival de Quadrilhas Juninas da (Rede) Globo Nordeste, exibido na TV Verdes Mares

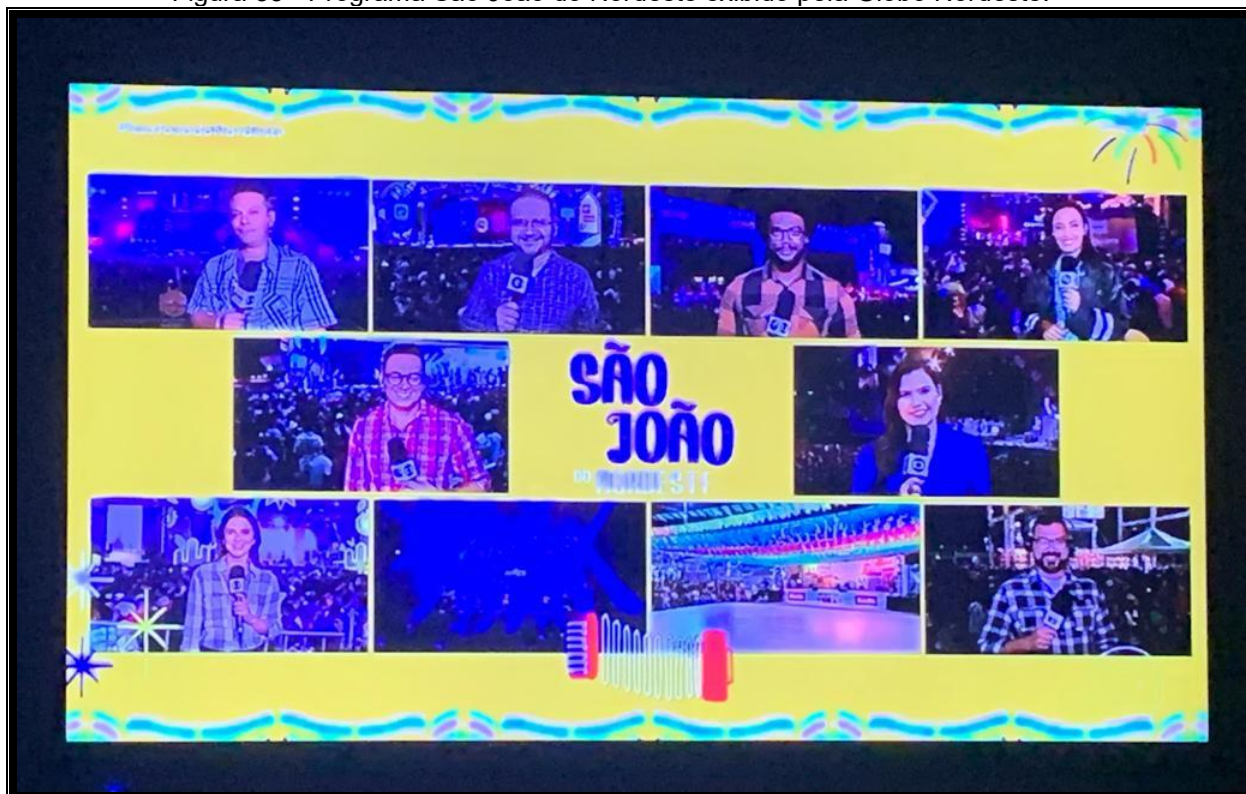


Fonte: Rede Globo

Importante mencionar que, além do Festival de Quadrilhas Juninas, a Rede Globo também exibiu um programa especial sobre o São João, exibido na noite do dia 24 de junho, transmitindo as principais festas juninas que estavam sendo realizadas nos nove (9) estados da região Nordeste. O programa contou com uma apresentadora ao vivo no estúdio, que convidava os repórteres para entrarem ao vivo e mostrarem os shows dos festejos em seus respectivos estados nordestinos,

única região para a qual o programa foi transmitido. Explica a matéria jornalística¹⁹⁰ produzida pelo portal G1 Pernambuco: “Repórteres nos principais pontos da festa vão apresentar os shows e a tradição junina das cidades, com entradas ao vivo e reportagens especiais” (G1PE, 2023).

Figura 55 - Programa São João do Nordeste exibido pela Globo Nordeste.



Fonte: Rede Globo

No “Arraiá do Ceará”, segundo matéria jornalística produzida pelo portal G1 Ceará¹⁹¹, foram cerca de 1.500 pessoas envolvidas na organização do evento, entre quadrilheiros e equipe de produção. Mais uma vez, para esta edição, o Sistema Verdes Mares preparou sua estratégia de *marketing* no sentido de dar ampla visibilidade ao serviço por ela idealizado em formato festivo, a partir de uma série de inserções na mídia para divulgação do evento, seja na televisão, no rádio

¹⁹⁰ “Confira programação dos principais polos de São João do Nordeste”. Matéria jornalística produzida pelo Portal de notícias G1Pernambuco. Disponível em: <https://g1.globo.com/pe/pernambuco/sao-joao/2023/noticia/2023/06/20/confira-programacao-dos-principais-polos-de-sao-joao-do-nordeste.ghtml>. Acesso em: 12 jan. de 2024.

¹⁹¹ “Arraiá do Ceará 2023 terá apresentações de 16 quadrilhas juninas neste fim de semana; confira programação completa” – Matéria publicada no Portal G1 Ceará, em 6 de junho de 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/ce/ceara/saojoao/noticia/2023/06/06/arraia-do-ceara-2023-tera-apresentacoes-de-16-quadrilhas-juninas-neste-fim-de-semana-confira-programacao-completa.ghtml>. Acesso em: 02 jan. de 2023.

ou nas redes sociais pertencentes ao grupo de comunicação SVM, atuantes como canais de disseminação do *marketing* cultural, apontado por Muylaert (1993) como sendo:

Um conjunto de ações de *marketing* no desenvolvimento de um projeto cultural e uma das ferramentas de comunicação mais seguras para que o produto associado a determinado evento tenha reforçada a imagem desejada. (MUYLAERT, 1993, p. 22-23).

A extensa divulgação se deu certamente em razão do regresso do “Arraiá do Ceará” ao formato presencial, e também pela mudança de local. O aterro da Praia de Iracema era o lugar costumeiro para a realização da festa de São João até 2019, mas desta vez o lugar escolhido foi o estacionamento (popularmente conhecido como “quintal”) de um *shopping*, localizado em um bairro de periferia da capital, o Jôquei Clube; resultando em uma redução significativa do espaço - em comparação com o aterro da Praia de Iracema - para a sua ocorrência, sendo prejudicial para a capacidade de ajuntamento de público, bem como para a lucratividade de vendedores ambulantes e, conseqüentemente, para a economia em geral.

Na referida edição, ineditamente, não houve espaço para apresentação de cantores, artistas ou bandas, sejam elas locais ou nacionais. Nenhum (a) banda ou artista foi contratado (a) pelos organizadores para subir ao palco e apresentar *shows*, concentrando a atenção artística do evento praticamente para a disputa das quadrilhas juninas e para o uso do espaço lúdico, resultando, conseqüentemente, em uma menor atração e captação de público.

Vale destacar que o protagonismo dedicado às quadrilhas juninas nesta edição do “Arraiá do Ceará”, coincide justamente com o ano em que a Secretaria de Cultura de Fortaleza (Secultfor) iniciou, no dia 12 de junho, o processo de registro dos grupos de quadrilhas juninas como patrimônio cultural imaterial da cidade, de forma inédita no Brasil. Afirma a matéria¹⁹² publicada pela Prefeitura de

¹⁹² “Secultfor inicia registro das Quadrilhas Juninas como Patrimônio Cultural Imaterial da cidade” – Matéria publicada, em 13 de junho de 2023, no portal da Prefeitura de Fortaleza. Disponível em: <https://www.fortaleza.ce.gov.br/noticias/secultfor-inicia-registro-das-quadrilhas-juninas-como-patrimonio-cultural-imaterial-da-cidade>. Acesso em: 03 jan. de 2024.

Fortaleza que esse será um trabalho minucioso de pesquisa para um mapeamento detalhado dos grupos a ser realizado ao longo de dez meses.

Ao longo dos próximos dez meses, duas equipes farão visitas aos grupos em atividade para um trabalho minucioso de pesquisa e mapeamento, com entrevistas e acompanhamento de ensaios. Ao fim da etapa, será produzido um dossiê das Quadrilhas Juninas, com informações importantes, registros fotográficos e um Plano de Salvaguarda, com atividades, estratégias e ações para resguardar e incentivar a manifestação cultural (PMF, 2023).

O “Arraiá do Ceará” de 2023 investiu em decoração e ambientes “instagramáveis”, ou seja, ambientes próprios para registros fotográficos e publicação nas redes sociais, tal como a cabine de vídeo 360°, com as logomarcas do evento e de seus patrocinadores, de modo que os usuários pudessem divulgá-los automaticamente ao publicar seus vídeos dentro da cabine em suas redes sociais.

Figura 56 - Cabine fotográfica 360° do patrocinador Aurora Alimentos.



Figura 57 - Cabine fotográfica 360° com as logomarcas do “Arraiá do Ceará” e do North Shopping Jôquei.



Fonte: Elaborado pela autora

Essa aposta midiática reflete o modelo de sucesso de festa na atualidade. O escritor francês Guy Debord fazia o alerta sobre os traços da espetacularização na sociedade já nos anos 1960, quando afirmava que “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens” (Debord, 2003, p. 9), ou também que “tudo o que era diretamente vivido se esvai na fumaça da representação” (Debord, 2003, p. 8). Suas afirmações refletem bem os dias de hoje, quando a preferência por práticas exibicionistas no ambiente virtual prevalece, inclusive, nos espaços reais.

O espetáculo, compreendido na sua totalidade, é simultaneamente o resultado e o projeto do modo de produção existente. Ele não é um complemento ao mundo real, um adereço decorativo. É o coração da irrealidade da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares de informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto do

entretenimento, o espetáculo constitui o modelo presente da vida socialmente dominante. (DEBORD, 2003, p. 10).

Os números indicados no documento de pós-venda do evento de 2023, disponibilizado por seus organizadores, dão conta de que mais de dez mil pessoas compareceram ao “Arraiá do Ceará” na edição de 2023, representando um número significativo, porém muito pequeno em comparação com o último ano de São João presencial (2019), que, como já mencionado, registrou mais de 120 mil pessoas no aterro da praia de Iracema.

Figura 58 - Balanço de público do “Arraiá do Ceará” de 2023.



Fonte: Documento de pós-venda do SVM da edição de 2023 do “Arraiá do Ceará”

Com relação à inserção do evento na mídia, foi registrada uma presença marcante do Arraiá do Ceará nos meios de comunicação; porém, assim como nos anos anteriores, os trabalhos de divulgação midiática do processo de antes, durante e depois da festividade, ocorreu exclusivamente através dos veículos de comunicação que fazem parte do Sistema Verdes Mares (rádio, jornal, televisão e redes sociais), os quais exploraram intensamente o assunto junino em sua programação (Figuras 59 a 63).

A contemporaneidade desenha o mapa cultural pela coexistência de redes

sociais que, por sua vez, estabelecem vinculações por meio das redes comunicativas interpessoais e globais (esse espaço macro midiático engloba as mídias tradicionais e massivas) (SCHMIDT, 2013, p. 806).

Figura 59 - Portal de notícias que também faz parte do Sistema Verdes Mares, G1 Ceará, divulgou o “Arriá do Ceará” na internet.

The image shows a screenshot of a news article from the G1 Ceará website. At the top, there is a red header with the word "CEARÁ" and the "VERDES MARES" logo. Below the header, the text "SÃO JOÃO" is displayed. The article features a Google advertisement with a button that says "Não exibir mais este anúncio" and a link "Anúncio? Por quê?". The main headline reads: "Arriá do Ceará 2023 terá apresentações de 16 quadrilhas juninas neste fim de semana; confira programação completa". Below the headline, a short paragraph states: "Serão duas noites de evento aberto ao público no estacionamento do North Shopping Jóquei, em Fortaleza. Espaço também terá cidade cenográfica, comidas típicas e brincadeiras." At the bottom of the article, it says "Por g1 CE" and "06/06/2023 11h57 · Atualizado há 8 meses".

Fonte: Portal G1 Ceará





tvverdesmares e seligavm
TV Verdes Mares

Se Liga

👍 🗨️ 📌

Gostos: larissawenya e 141 outras pessoas

tvverdesmares Sabadou com Se Liga na telinha da sua TV Verdes Mares, então continue sintonizado na gente pra não perder o programa de hoje que está em clima de festa junina 🍷 🥂

#tvverdesmares #seligavm

Ver todos os 4 comentários



Fonte: TV Verdes Mares

Vale reforçar que o Arraiá do Ceará (objeto de estudo desta pesquisa) representa apenas - uma das - festas de São João que ocorreram em Fortaleza no mês de junho, mas claro que muitos outros eventos juninos, tanto de natureza pública como privada, ocorrem na capital cearense (assim como em todos os outros anos).

Neste período, a cidade sofre uma transformação estética com a utilização de elementos decorativos que fazem referência ao ambiente rural e outros elementos que compõem o imaginário social¹⁹³ sobre as festas de São João em seu aspecto puro e original.

Figura 64 - Clube de Esporte e de Lazer em Fortaleza com decoração junina.

¹⁹³ O filósofo polonês Bronisław Backzo entende por imaginário social, um artifício de regulação da vida coletiva, que é capaz de definir as instituições sociais, hierarquias, divisões internas e referências simbólicas.



Fonte: Elaborado pela autora

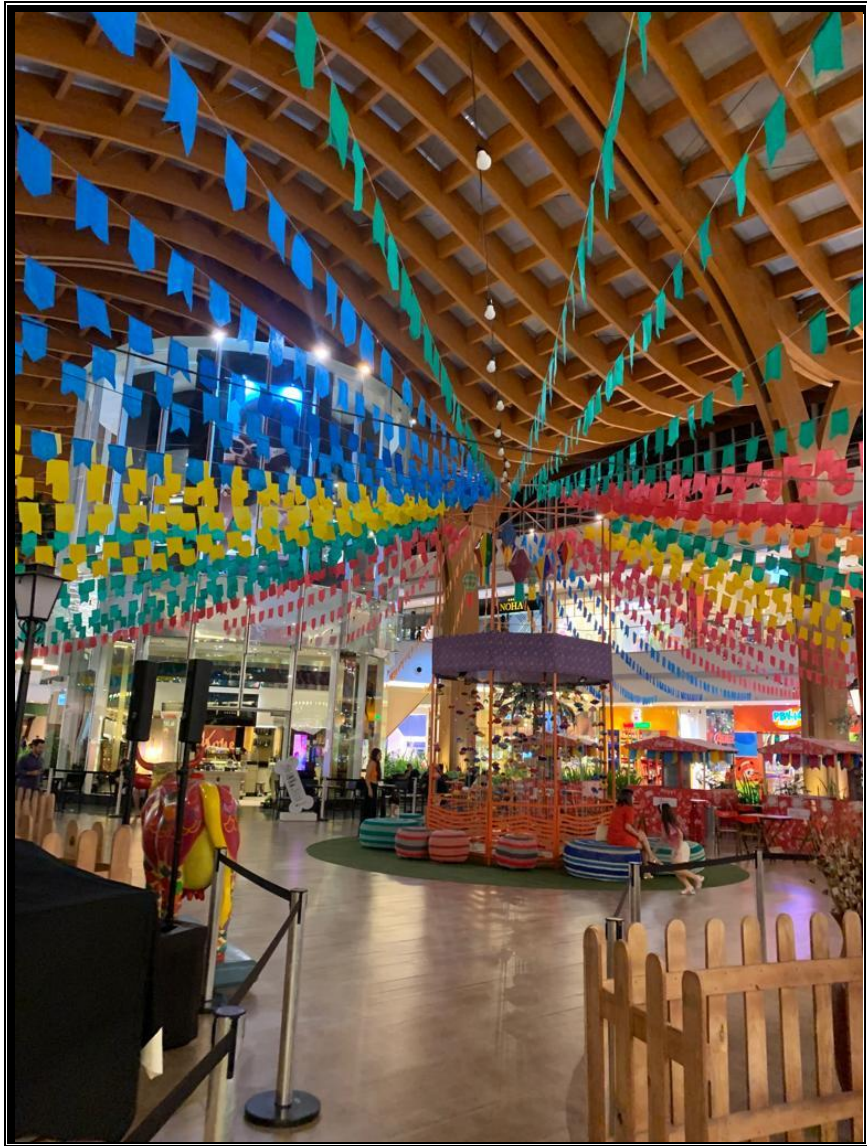
Figura 65 - Padaria em Fortaleza decorada com motivos juninos.



Fonte: Elaborado pela autora

Entretanto, muitas das festas e decorações geralmente acontecem por iniciativa de empresas e/ou instituições privadas, estando presentes em padarias, lojas, centros, eventos privados, empresas, clubes e demais estabelecimentos. Esses espaços, inclusive, realizaram suas festas juninas de modo particular e reservado a pequenos grupos ou, no caso de *shoppings*, abertos para um público mediano.

Figura 66 - Shopping da capital decorado para o São João.



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 67 - Anúncio de divulgação da festa junina de um *shopping* de Fortaleza patrocinado no *Instagram*.

RioMar Kennedy
Patrocinado

Vila JUNINA

SE ACHEGUE NO NOSSO ARRAIÁ
QUE A FESTAÇA VAI SER BOA.

PRAÇA DE
EVENTOS
PISCINA
ENTRADA GRATUITA

AMBIENTE
TEMÁTICO // COMIDAS
TÍPICAS // ESPAÇOS
INSTAGRAMÁVEIS // MÚSICA AO VIVO
AOS SABADOS

Este mês está só começando. 🥳
E as atrações por aqui não param. A
Vila Junina chegou com tudo e
trouxe o que a gente mais ama
dessa época do ano: as comidas
típicas de festa junina. 😊 Ve... mais

Fonte: Redes Sociais (Instagram).

No começo do mês julho, a TV Verdes Mares exibiu um programa junino denominado “Vybbe Junina”. Trata-se da transmissão pela televisão aberta de uma festa particular ocorrida numa casa de *shows* da capital, por iniciativa de um dos artistas e empresários mais famosos do estado do Ceará, Xand Avião, que administra diversas bandas e artistas do ramo do forró. Quinze (15) desses artistas foram atrações dessa grande festa que teve exibição pela TVM, no horário noturno da grade de programação do fim de semana dos dias 1 e 2 de julho, como informa

a matéria¹⁹⁴ do Jornal Diário do Nordeste.

Um mês é pouco pra tanta festa junina, por isso, no primeiro fim de semana de julho, você acompanha, um programa especial, com diversas atrações musicais, pra continuar no clima de São João, na Verdes Mares. (DIÁRIO DO NORDESTE, 2023).

Figura 68 - Logomarca da festa “São João Vybbe Junina” exibido pela TV Verdes Mares.



Fonte: Portal TV Verdes Mares

Todo o contexto de ocorrência do “Arraiá do Ceará” na cidade de Fortaleza incide como um notável exemplo para compreender como funciona na atualidade a folkcomunicação em sua vertente prática, tendo em vista a presença de um evidente e volumoso processo folkcomunicacional, no qual a cultura popular e o folclore potencializam os espaços físicos, digitais e midiáticos onde se manifestam; por isso, o idealizador da teoria entende que a folkcomunicação

preenche o hiato, quando não o vazio, não só da informação jornalística como de todas as demais funções da 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, códigos e símbolos que são componentes do processo comunicacional (BELTRÃO, 1980, p. 26).

Desta forma, consideramos que a volta presencial do “Arraiá do Ceará” em 2023 foi planejada para acontecer em um formato muito mais tímido e simplório do

¹⁹⁴ “‘Vybbe Junina’ agita a programação do fim de semana da Verdes Mares” – Matéria publicada pelo Jornal Diário do Nordeste, no dia 29/06/2023. Disponível em: <https://redeglobo.globo.com/tvverdesmares/noticia/vybbe-junina-agita-a-programacao-do-fim-de-semana-da-verdes-mares.ghtml>. Acesso em: 20 jan. de 2024.

que ocorrera nas edições anteriores à pandemia de covid-19, porém foi um evento que optou por aplicar investimentos em alguns toques de ornamentação e embelezamento, garantindo certo ar de sofisticação e modernidade ao evento que outrora se colocou à venda como “o maior São João de capital do Brasil”.

7.3.2 “A maior festa popular de Portugal”: A edição de 2023 do São João de Braga

Diferentemente de Fortaleza, a cidade de Braga pôde vivenciar uma experiência presencial da festa de São João já no ano de 2022. Isso implica que a edição de 2023, portanto, representa para os bracarenses o segundo ano consecutivo de retomada das sanjoaninas.

Em 2023, a população pôde desfrutar de uma programação que contou com dez dias de festa, entre os dias 16 e 25 de junho, quando o protagonismo maior foi dado aos cancioneiros e às bandas filarmônicas, pelas suas históricas contribuições às sanjoaninas da cidade.

Figura 69 - Cartaz de divulgação da edição de 2023 das festas de São João de Braga.



Fonte: Portal WeBraga

Há, inclusive, no documento¹⁹⁵ oficial de programação da edição, o informe

¹⁹⁵ Documento oficial com a programação completa do São João de Braga 2023 – Associação das Festas do São João de Braga (AFSJB). Disponível em:

de que “no cartaz musical deste ano destaca-se a apresentação do projeto ‘São João hoje’ – Cancioneiro Sanjoanino Bracarense, onde se reinterpretem os temas que não podem faltar nestas festividades” (AFSJB, 2023, p. 3).

Figura 70 - Cartaz de divulgação das bandas filarmónicas na edição de 2023 do São João de Braga.



Fonte: Dilson Alexandre (23/06/2023).

Nas sanjoaninas bracarenses não podem faltar as clássicas sardinhas assadas e as ervas de cheiro, das quais se destaca o tradicional manjerico, que já representa um símbolo essencial dos festejos da cidade. Além disso, o planeamento da festividade compreendeu várias exposições, concertos, “exibições de rua, cortejos, zés-pereiras, concertinas, cantares ao desafio e, de forma particular, as bandas filarmónicas que este ano marcam o imaginário das originais ornamentações e decorações das ruas bracarenses” (AFSJB, 2023, p. 3).

Dentre as inovações da edição, segundo a Câmara Municipal de Braga¹⁹⁶, estão a ocorrência de dois espaços diferentes da cidade para a realização de atividades, como a Feira do Artesanato, que contou com a presença de mais de vinte (20) artesãos na Praça Municipal, e a apresentação de diversos DJs, em frente à Igreja do Pópulo da cidade, para a realização do inovador “São João Pop’ular”.

Em 2023 novas praças da urbe bracarense ganham dinâmica, com a criação da primeira Feira de Artesanato de São João que decorrerá na Praça Municipal para apreciar o artesanato nacional e internacional, boa gastronomia e animação cultural. Não faltam motivos para viver aquela que é a maior Festa Popular de Portugal. De 16 a 25 de junho temos encontro marcado no São João de Braga. (AFSJB, 2023, p. 3).

Figura 71 - Divulgação do São João Pop’ular no perfil do Instagram da AFSJB.

¹⁹⁶ “São João de Braga 2023” - Câmara Municipal de Braga. Disponível em: <https://www.cm-braga.pt/pt/1301/home/agenda/item/item-1-16011>. Acesso em: 09 nov. de 2023.



Fonte: Perfil do Instagram da AFSJB

A programação contou com um total de sete cortejos e exposições, bem como com a realização de dois concursos; além disso, houve também a volta dos quadros Braga Capital do Cavaquinho, Gala Sanjoanina, Cantares ao Desafio e as apresentações de algumas bandas, como “Os Quatro e Meia”, Plutónio, José Malhoa e Zézé Fernandes para animar o festival de concertos e “as tradições seculares do Carro das Ervas, Dança do Rei David e Carro dos Pastores bem como os habituais momentos dedicados ao cavaquinho, cabeçudos, gigantones, folclore e etnografia” (AFSJB, 2023, p. 3).

O documento oficial com a programação completa do evento, preparado pela AFSJB, consta em detalhes os dias e horários de cada atração da festividade.

Nota-se, com isso, uma efetiva atuação, por parte dos organizadores, com relação à preparação de materiais informativos para divulgação do evento, levando ao conhecimento do público claramente todas as atrações disponíveis em cada dia e horário da festividade.

Figura 72 - Programação do dia 24 de junho (dia de São João Batista) da edição de 2023 das festas de São João de Braga.

24 junho
SÁBADO

08h00 - Praça da República	Entrada dos Grupos de Animação	Amigos da Borga Zés Pereira S. Paio Antas	
09h00 - Saída: Largo S. João do Souto	Cortejo Sanjoanino	Com os Carros das Ervas, Rei David e Pastores. Ver itinerário na página 2 e confirme em www.saojoaobraga.pt	
	Carro das Ervas	Originário da idade medieval, este carro secular tem como objetivo primeiro purificar as ruas por onde passam os cortejos e procissões sanjoaninas. Num carro puxado por bois, o casal deromeiros atira para as ruas ervas que também as perfumam.	
	Dança do Rei David	Com um som icónico bastante apreciado, a dança do Rei David é um dos elementos chave das sanjoaninas de Braga. A representação teatral, que acontece em cima de um carro alegórico, reúne 13 elementos, um dos quais a figura do Rei David. Sem ser possível encontrar com exatidão a origem da representação, muitos acreditam que a mesma tem origem nos quadros que compunham as procissões sanjoaninas no período barroco, sendo discutível a influência que poderá ter recebido da Mourisca, dadas as semelhanças. Este é, sem sombra de dúvidas, um dos grandes elementos diferenciadores do São João na cidade de Braga.	
	Carro dos Pastores	O Cortejo Sanjoanino fecha com o terceiro carro alegórico dedicado ao Auto do Carro dos Pastores. A representação teatral, desempenhada de forma exímia por crianças num carro forrado a cortiça, totalmente decorado com ervas, tem como elemento central o nascimento de São João Baptista, o santo cujo nascimento se celebra a 24 de junho. Com vários atos, a representação é marcada pelos cânticos e danças desempenhadas por seis rapazes e seis rapanigas, vestidos com trajes de gala e acompanhados por cajados com fitas coloridas e pandeiretas, interpretar todos os atos. Além do anjo, dos pastores e das figuras de Isabel e Zacarias, o carro conta com um pequeno João Baptista, acompanhado do seu carneirinho.	
09h00 às 12h30 - Praça Municipal	Concerto de Bandas Filarmónicas		Banda Musical de Fajães (Oliveira de Azeméis) Banda Musical de Arouca (Arouca)
10h00 - Praça do Comércio	Rota dos Santos Populares: concentração e exposição de viaturas da Bicavalária do Minho		
10h00 - Largo de São João do Souto	Eucaristia solene do nascimento de S. João Baptista		Animada pelo Orfeão de Braga
11h00 - São João da Ponte	Eucaristia solene do nascimento de S. João Baptista		Presidida pelo Arcebispo Primaz, D. José Cordeiro. Animação pelo Grupo Coral de Santo Adrião
12h30 - Praça da República	Rodopiada de Gigantones e Cabeçudos		
15h00 às 17h00 - Praça Municipal	Concerto de Bandas Filarmónicas		Banda Musical de Fajães (Oliveira de Azeméis) Banda Musical de Arouca (Arouca)
16h30 - Sé Primaz	Eucaristia solene do nascimento de S. João Baptista		
17h00 - Largo São João do Souto	Translação do andor de São João em direção à Sé		
17h15 - Largo do Paço	Aclamação das Flores	À passagem do andor de São João Baptista, o Orfeão de Braga entoará o Hino do São João de Braga, enquanto se assiste a uma tradicional e muito festiva Aclamação das Flores.	
18h00 - Saída: Sé Primaz	Soleníssima procissão de São João Baptista	Des andores e centenas de figurantes Andores dos santos do mês de junho (Santo António, São Luís Gonzaga, São Pedro, Sagrado Coração de Jesus, São Paulo e São Paio) e dos padroeiros da cidade de Braga: São Geraldo, Nossa Senhora da Torre, Nossa Senhora do Sameiro e São João. Acompanhamento pelas digníssimas autoridades civis e religiosas Presidência por Sua Ex.ª Rev.ª o Arcebispo Primaz, D. José Cordeiro Ver itinerário na página 2 e confirme em www.saojoaobraga.pt	

Fonte: Documento de Programação do São João de Braga de 2023 - AFSJB

Espalhado pelos mais diversos espaços públicos da cidade, o São João de Braga ofereceu atrações nos mais variados locais (Avenida Central, Avenida da Liberdade, Praça da República, Largo de São João do Souto, Parque da Ponte, Sé Primaz, Praça Municipal, Braga Parque, Arco da Porta Nova, Rua de São João, Torre Medieval, Palácio do Raio, Galeria do Paço, Museu dos Biscainhos, dentre outros). Essa variedade de espaços faz notar a extensa dimensão festiva do evento, que cria uma atmosfera direcionada unicamente ao São João e que toma conta da cidade por completo durante esses dias, como nos registros abaixo do cotidiano da festa.

Figura 73 - Decoração de 2023 do São João de Braga – Portugal.



Figura 74 - Local de venda dos tradicionais manjericos no São João de Braga – Portugal.



Figura 75 - Capela do São João da Ponte iluminada para as festividades.



Figura 76 - Reprodução simbólica do Batismo de Cristo por São João Batista.



Figura 77 - Apresentação musical de grupo folclórico minhoto desfilando pelas ruas de Braga.



Figura 78 - Decoração e iluminação da festa próximo à Capela de São João da Ponte.



Figuras 79, 80 e 81 - Estátua de São João Menino, venda de manjerico e sardinhas assadas na festa.



Fonte: Dilson Alexandre (23/06/2023).

Importante mencionar que foi reforçado e fixou-se em 2023 o nome “São João fora de portas” para esclarecer o modelo festivo adotado para aquele ano após a experiência pandêmica. A organização preparou também duas ações de divulgação do evento antes de sua realização. Uma delas, no dia 10 de junho, em toda a região minhota, denominada “Volta ao Minho”; e outra, ultrapassando as fronteiras de Portugal, chegando à região espanhola da Galícia, no dia 8 de junho, em que foi realizada uma ação de promoção da festa pelas ruas das cidades espanholas de Vigo e La Guardia.

Esta edição contou também com o aplicativo “São João de Braga”, disponível para acesso em aparelhos de telefonia móveis. A Associação de Festas também disponibilizou a venda de produtos sanjoaninos oficiais (livros, camisetas, medalhas, canetas, discos, canecas, bloco de notas, postais, etc), todos com a logomarca do evento e/ou elementos que compõem o contexto festivo sanjoanino, disponíveis em lojas físicas e *online*, para que os participantes pudessem adquirir uma recordação da “maior festa popular de Portugal”.

Figura 82 - A AFSJB anuncia, através do *stories* do *Instagram*, a venda dos produtos exclusivos das sanjoaninas bracarenses.



Fonte: Perfil do *Instagram* da AFSJB

Figura 83 - Ponto de Informações e Loja Oficial para venda dos produtos exclusivos das sanjoaninas bracaraenses.



Fonte: Dilson Alexandre (23/06/2023).

Para Lucena Filho (2013), as ações de folkmarketing de uma organização com fins comerciais podem ser identificadas observando alguns aspectos como:

- Apropriação dos elementos das culturas populares na programação iconográfica do evento e dos instrumentos de comunicação dirigidos e massivos, usados no processo comunicativo do festival;
- Uso dos elementos da cultura do povo como qualificador da comunicação empresarial por sua associação com as manifestações populares e os elementos da cultura popular. (LUCENA FILHO, 2013, p. 715).

São nestas atitudes que se revelam o uso de estratégias do folkmarketing, pois é através dele que:

As organizações públicas e privadas identificam-se com seus públicos-alvo falando a linguagem que eles querem ouvir e mostrando as imagens que eles querem ver, fazendo assim com que percebam os valores que querem agregar para suas marcas e/ou produtos (LUCENA FILHO, 2013, p. 715).

Deste modo, o uso da logomarca da festa em produtos para venda de materiais faz parte de uma estratégia inteligente e criativa de *marketing* que

garante identidade ao evento e divulga a marca da festa a partir da venda destes materiais.

Quando a difusão de uma marca, evento ou material acontece através do ciberespaço, pode ser classificada como “marketing digital” ou “e-marketing”, compreendido pela pesquisadora Limeira (2010) como “o conjunto de ações de marketing intermediadas por canais eletrônicos, como a internet, em que o cliente controla a quantidade e o tipo de informação recebida” (Limeira, 2010, p. 10) e tal mecanismo foi sabiamente utilizado pelos organizadores da festividade bracarense.

O marketing digital tem sido um grande aliado das empresas, onde a internet é utilizada como uma ferramenta de diálogo entre organizações e consumidores, tornando-se assim um diferencial competitivo. Esta é uma forma das empresas se fazerem presentes nos negócios focando a utilização das mídias sociais para estabelecer um contato direto e transparente com os clientes, com o intuito de conhecer e se aproximar do seu público-alvo, mantendo-se a frente das concorrentes, tornando assim um diferencial competitivo (SAMPAIO, TAVARES, 2016, p. 5-6).

Mesmo não sendo considerada uma empresa comercial, a organizadora do evento, Associação de Festas, também atua estrategicamente; e, em 2023, teve o apoio de diversas outras entidades, como a Câmara Municipal de Braga, a Sé Catedral de Braga, a Associação Empresarial de Braga, o Turismo do Porto e Norte de Portugal, a União de Freguesias de Braga São Lázaro e São João do Souto, a InvestBraga - Agência para a Dinamização Económica de Braga e a Agere - empresa pública gestora do saneamento de águas do município.

Figura 84 - Ação da Agere de conscientização sobre o descarte do lixo durante a festa.



Fonte: Dilson Alexandre (23/06/2023).

Além destes apoios, o evento bracarense contou com diversos patrocinadores, alguns já conhecidos de anos anteriores, sendo a tradicional cerveja *Super Bock* a patrocinadora principal, que se destacou entre as outras, juntamente com a rede de supermercados *Continente*.

A evolução das relações de mercado ressalta nos últimos anos a importância do folkmarketing na prática organizacional. Assim, recursos são investidos pelas empresas que buscam alcançar maior evidência no mercado, aproximando-se de seus públicos e conquistando sua credibilidade e simpatia na vinculação dos seus produtos e serviços em projetos culturais (LUCENA FILHO, 2013, p. 714).

Figura 85 - Propaganda da patrocinadora principal, cerveja Super Bock, para as Festas do São João de Braga.



Fonte: Documento de Programação do São João de Braga de 2023 - AFSJB

Figura 86 - Cartazes da patrocinadora, cerveja Super Bock, espalhados na cidade durante as sanjoaninas.



Fonte: Dilson Alexandre (23/06/2023).

Também fazendo uso das técnicas e parâmetros do *marketing* digital, a AFSJB preparou, ao final do evento, para cada um dos inúmeros outros patrocinadores, uma publicação individual de agradecimento no *Instagram* e no portal da Associação de Festas pelo importante suporte oferecido para a efetiva realização do evento.

Como de costume, a emissora *Braga TV* iniciou os trabalhos de divulgação dos festejos a partir do mês de fevereiro daquele ano. Foi um total de 39 inserções de matérias jornalísticas explorando a temática sanjoanina desde o mês de fevereiro pela emissora em seu portal oficial na internet.

Figura 87 - Exemplo de matéria jornalística sobre o São João de Braga produzida pela emissora pela emissora *Braga TV* e divulgada em seu portal.

Feira de Artesanato é a grande novidade das Festas de São João de Braga

Sandra Catarina Antunes 13 de Junho, 2023 20:24



© Sandra Catarina Antunes

A Feira de Artesanato é o grande destaque das Festas de São João de Braga deste ano. Os produtos de artesanato serão expostos na Praça Municipal a partir da próxima sexta-feira, 16 de junho, às 10:30. Os bracarenses e visitantes poderão apreciar o artesanato, assim como a gastronomia e animação musical que irá decorrer em palco.

Fonte: Portal Oficial da Emissora Braga TV

A *Braga TV* realizou ainda dez (10) publicações no *instagram* e publicou quatro (4) vídeos com transmissões completas de quadros sanjoaninos em seu canal no *Youtube*. Com títulos que vão desde “Braga reviveu Procissão em honra de São João Batista” e “Noite de São João de Braga leva milhares às ruas da cidade”, a emissora *Braga TV* explorou a sua vertente audiovisual, enquanto emissora televisiva online, ao realizar transmissões longas de importantes momentos do festejo de forma completa em seu canal do *YouTube*, com duração de mais 30 minutos.

Além disso, foram produzidas matérias jornalísticas no *YouTube*, como o vídeo¹⁹⁷ intitulado “São João de Braga começa hoje com dez dias de festa”, exibido

¹⁹⁷ “São João de Braga começa hoje com dez dias de festa” - matéria jornalística audiovisual produzida pela emissora Braga TV, exibida no seu canal do Youtube, para divulgar a ocorrência das sanjoaninas em seu primeiro dia de realização, 16 de junho de 2023. Disponível em:

no dia 16 de junho, com imagens da festa e atuação da repórter, que realizou entrevista junto ao presidente da Associação de Festas do São João de Braga, Firmino Marques. Este vídeo obteve 576 visualizações e afirmou que:

Arrancaram as Festas de São João de Braga. Ao longo de dez dias, a cidade volta a reviver as tradições culturais das maiores sanjoaninas do país. A grande novidade desta edição é a Feira de Artesanato instalada na Praça Municipal, onde os bracarenses e visitantes podem apreciar o que de melhor se faz na região. O São João de Braga vai decorrer até 25 de junho com uma programação extensa que promete animar a cidade com eventos para todos os gostos. (BRAGA TV, 2023).

Figura 88 - Matéria audiovisual de divulgação do início das Festas de São João, em 16 de junho de 2023.



Fonte: Canal do YouTube da emissora Braga TV

Já no caso do *Instagram*, as publicações da emissora realizadas no mês de junho dão conta de informar sobre alguns dos principais momentos da festividade, tais como a sua abertura, o próprio dia de São João Batista e o encerramento do evento, conforme os registros (figuras 89 a 92) a seguir.

BRA GA TV bragatvpt ...



BRA GA TV

Braga ilumina-se com milhares de luzes para as Festas de São João

♡ 💬 📌

Gostos: webraga.pt e 317 outras pessoas

bragatvpt A cidade de Braga iluminou-se, esta sexta-feira à noite, com milhares de luzes para receber as Festas de São João.

#braga #bragatv #saojoaodebraga

Ver todos os 2 comentários

16 de junho de 2023

BRA GA TV bragatvpt ...



BRA GA TV

São João de Braga traz 80 mil pessoas para o XXXI Encontro de Gigantones e Cabeçudos

♡ 💬 📌

103 gostos

bragatvpt O evento, que se realiza a 17 de junho, contará com cinco grupos internacionais e 30 nacionais.

Link na BIO.

Foto: Associação de Festas de São João de Braga

BRA GA TV bragatvpt ...



BRA GA TV

São João de Braga aclamado com milhares de pétalas de flores

♡ 💬 📌

172 gostos

bragatvpt A cidade viveu, na tarde deste sábado, um dos momentos mais marcantes do São João de Braga com a Aclamação das Flores.

#braga #bragatv #saojoaodebraga

24 de junho de 2023

BRA GA TV bragatvpt ...



BRA GA TV

São João de Braga despediu-se com grandiosa sessão de fogo de artifício

♡ 💬 📌

248 gostos

bragatvpt As Festas de São João de Braga encerraram este sábado com uma grandiosa sessão de artifício em plena Avenida Central.

#braga #bragatv #saojoaodebraga

Ver todos os 2 comentários

25 de junho de 2023

Observando a atuação dos grupos de comunicação na divulgação e cobertura das festas de São João, é importante ressaltar que estes mesmos grupos, como empresas lucrativas que são, também fazem uso das estratégias de folkmarketing, se beneficiando elas próprias neste processo que cumpre uma agenda anual de pautas sobre uma expressiva manifestação da cultura popular de suas respectivas regiões.

Merece destaque o fato de que, em dezembro de 2023, o autor bracarense Evandro Lopes lançou um livro¹⁹⁸ em que aborda os “850 anos das festas de São João de Braga”, dando a notar o interesse, por iniciativa própria de alguns cidadãos, em registrar e preservar a história e memória de uma festa que é considerada como a mais antiga manifestação popular do país e que “distinguem-se das restantes sanjoaninas de Portugal pela sua história, antiga, grandiosa e memorável, feita pelas gentes da sua comunidade” (AFSJB, 2023, p. 3).

Entre novenas, concursos, exposições, cortejos, festivais, procissões e concertos espalhados por toda a cidade durante dez dias, o São João de Braga encerrou o dia 24 de junho em honra ao santo São João Batista com festival de música e fogos de artifício, e concluiu todas as atividades com a corrida de São João, no domingo, dia 25 de junho. Segundo a Associação de Festas, o evento garantiu a presença de 01 milhão de pessoas para conferir a extensa programação de luzes, quadros, festas e concertos na antiga, bela e histórica cidade portuguesa de Braga.

7.4 Quadro Comparativo do São João de Fortaleza e Braga (2023)

De posse das informações dos festejos realizados em ambas as cidades, preparamos, conforme constam em nossos objetivos de pesquisa, um quadro tabelado comparativo entre as duas manifestações festivas realizadas em 2023, com base nos eixos festivos, culturais e folkcomunicacionais. O intuito da tabela é auxiliar na visualização dos dois modelos de festividades, em cidades de países diferentes, mas que possuem fortes vínculos de entrelaçamento.

¹⁹⁸ “Apresentado livro dos 850 anos das festas de São João de Braga” – Matéria publicada em 09 de dezembro de 2023 pela emissora Braga TV. Disponível em: <https://bragatv.pt/apresentado-livro-dos-850-anos-das-festas-de-sao-joao-de-braga/>. Acesso em: 10 jan. de 2024.

Considerando as teorias exploradas nesta tese e as estratégias metodológicas de observação direta, etnográfica e registros fotográficos realizados nos eventos, juntamente com as entrevistas realizadas com o bracarólogo, Rui Ferreira; o secretário da Direção da AFSJB, André Marcos; o presidente da Associação Rusga de São Vicente de Braga – grupo etnográfico do Baixo Minho, José Pinto e a coordenadora de eventos do Sistema Verdes Mares, Rainarah Fontenelle; aliadas, por fim, à análise documental e de conteúdo (Bardin, 1977) dos festejos e das emissoras *TV Verdes Mares* e *Braga TV* aplicadas neste trabalho científico, podemos seguir adiante com a análise comparativa festiva e midiática do São João luso-brasileiro de Braga e Fortaleza no presente capítulo.

Tabela 5 - Tabela comparativa dos eixos de investigação da edição de 2023 das festas “Arraiá do Ceará” em Fortaleza e São João de Braga.

EIXOS DE ANÁLISE DA INVESTIGAÇÃO - SÃO JOÃO (EDIÇÃO 2023)		
FESTA	FORTALEZA	BRAGA
ORGANIZAÇÃO	Organizada pela TV Verdes Mares, do Sistema Verdes Mares de Comunicação.	Organizada pela Associação das Festas de São João de Braga (AFSJB).
ESTRUTURA	— Espaço artificial, montado exclusivamente para o evento. (Arquibancadas, palco principal, brinquedos infantis, cabine fotográfica, decorações, publicidades, telões, cidade cenográfica e barracas de comidas típicas).	— Espaço Natural da cidade de Braga. (Decoração, <i>banners</i> , <i>totens</i> com identidade visual da festa, barracas de feiras para vendas em geral, tendas temporárias, carros de destaque, andores, palcos, iluminação, etc).
DISPOSIÇÃO	— 2 dias de evento — Evento Concentrado em um único espaço. Local: Quintal (estacionamento) do North Shopping Jóquei, em Fortaleza (CE).	— 10 dias de evento — Evento dinâmico, distribuído em diversos espaços públicos, por toda a cidade de Braga (PT).
ELEMENTOS CULTURAIS	FORTALEZA	BRAGA
TRADIÇÕES POPULARES	Apresentação e disputa de 12 Grupos de Quadrilhas Juninas	Apresentação de bandas, exposições, cortejos, grupos etnográficos, festivais, novenas, encontros, concertinas, gigantones e cabeçudos,

		andores, carros de destaque, etc..
EXPRESSÕES ARTÍSTICAS	Apresentação de 03 Grupos Culturais da região onde o evento aconteceu	Apresentação de rusgas etnográficas, cantores, artistas, cascatas, DJ's, bandas musicais, grupos populares, etc..
INOVAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> — Espaço inédito de realização do evento — Redução da quantidade de dias — Ausência de apresentações musicais de bandas e/ou artistas tradicionalmente exibidos nas edições anteriores. 	<ul style="list-style-type: none"> — Feira do Artesanato, com mais de 20 artesãos na Praça Municipal. — Apresentação de diversos DJ's, em frente à Igreja do Pópulo da cidade, para o público jovem no “São João Pop’ular” - Afterparty
PROCESSOS FOLKCOMUNICACIONAIS	EMISSORA TV VERDES MARES (FORTALEZA)	EMISSORA BRAGA TV (BRAGA)
FOLKCOMUNICAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> — Extensa atividade de divulgação e cobertura do evento sobre o antes, durante e depois de sua realização, tanto nos telejornais, como nos programas de entretenimento. — Expressões culturais (quadrilhas juninas, forró, grupos culturais, danças) exibidos em perspectiva <i>crossmedia</i>, atravessadas pelos veículos de televisão, impresso, rádio, portal de notícias e redes sociais exclusivos do Sistema Verdes Mares. 	<ul style="list-style-type: none"> — Extensa atividade de divulgação e cobertura virtual sobre o antes, durante e depois do evento. — Expressões culturais (rusgas etnográficas, cantores, artistas, cortejos, bandas musicais, grupos populares) exibidos em perspectiva <i>crossmedia</i>, atravessadas pelas suas contas no ambiente virtual (portal de notícias, matérias publicadas no <i>facebook</i>, <i>instagram</i>, transmissão direta no <i>Youtube</i> da emissora online Braga TV).
FOLKMÍDIA	— A emissora se expressa	— A emissora não realiza ações

	<p>através de ações de <i>marketing</i> durante o mês de junho, com alteração do <i>design</i> e <i>layout</i> de sua logomarca, demonstrando profunda identidade com as festas juninas da região.</p> <p>— Linguagem e cenários dos programas de entretenimento adaptados aos aspectos e elementos culturais nordestinos que remetem particularmente às festas de São João de Fortaleza e do estado do Ceará.</p>	<p>de <i>marketing</i>, nem altera o <i>design</i> e <i>layout</i> de sua logomarca, não expressando profunda identificação com os elementos sanjoaninos regionais da população bracarense.</p> <p>— Suas atividades se concentram em exibir um extenuante conteúdo informativo e de divulgação relativo às Sanjoaninas de Braga, sendo alguns deles replicados de fontes oficiais das organizadoras da festa, como a Câmara Municipal da cidade e, principalmente, a Associação das Festas de São João de Braga (AFSJB).</p>
--	--	---

Fonte: Elaborado pela autora

Com base nas informações obtidas no balanço comparativo sobre as duas festividades, podemos fazer uma análise no sentido de identificar os pontos de semelhanças ou aproximações e de contrastes ou distinções entre os festejos estudados. Sempre atentos à realidade científica de que uma análise comparativa implica abordar objetos empíricos para verificar hipóteses.

A noção de ciclo de investigação permite situar o uso do método comparativo dentro de um campo teórico-metodológico abrangente, composto por múltiplas estratégias de abordagem dos objetos empíricos. É inegável, no entanto, que a comprovação e formulação de determinadas hipóteses continua sendo, para a maioria dos autores, um dos principais objetivos do método comparativo (SCHNEIDER, SCHIMITT, 1988, p. 32).

Dito isto, para início da investigação temos claro que, diferentemente de Fortaleza, a cidade de Braga pôde vivenciar uma experiência presencial da festa de São João já no ano de 2022. Isso implica que a edição de 2023 foi uma segunda oportunidade de encontro presencial da comunidade bracarense em sua tradicional festa de junho, enquanto que Fortaleza experimentou, de fato, o seu retorno às tradições festivas da capital, e essa característica impõe um impacto significativo sobre a euforia e atmosfera do evento, porque:

As festas trazem consigo uma forma especial da temporalidade, fortemente

ligada à experiência vital compartilhada e cheia de conteúdos cognitivos e afetivos. Entrecruzam o calendário histórico que segue sempre em frente e, nele situadas, o transcendem iluminando cosmovisões e insistindo em retornar “no ano que vem”. Sua culminância na data festiva é prenhe de simbolizações, dramas sociais e *performances*, formas expressivas e linguagens artísticas (CAVALCANTI, GONÇALVES; 2021, p. 15).

Compreendendo, assim, a importância das festas para os agrupamentos sociais, temos um recorte festivo singular sobre as duas cidades em seus respectivos países, porque cada uma delas manifestou sua celebração de modo particular. Começando pela duração dos eventos, tivemos, em 2023, um São João de Portugal muito mais extenso que o brasileiro. Enquanto Braga manteve a sua duração costumeira de dez dias de festa (inclusive no ano de pandemia, em 2020, somente reduzido para sete dias em 2021), o “Arraiá do Ceará” sofreu uma redução na quantidade de dias, se concentrando em apenas duas noites, propositadamente, durante o final de semana que antecedeu o Festival de Quadrilhas Juninas da (Rede) Globo Nordeste.

Neste aspecto, alertamos para o fato de que a festa sanjoanina é vivida em Portugal unicamente naqueles dias em que há programação da festividade; no entanto, de modo geral, o São João brasileiro, em sentido amplo, possui uma duração bem mais longa, pois é vivenciado durante o mês inteiro de junho e sua atmosfera festiva extrapola o referido mês, tanto nos eventos, como na decoração dos estabelecimentos da cidade, sendo sentida também em julho ou mesmo em agosto de cada ano.

Seria, por isso, a diferença de denominação das celebrações nos dois países? Enquanto Portugal utiliza o termo “festa sanjoanina”, o Brasil utiliza o termo “festa junina”, o que revela um protagonismo dado ao santo São João Batista em Portugal, e no Brasil, o destaque na nomenclatura vai para o mês de sua ocorrência. Mais uma vez, a questão da religiosidade sendo mais enfatizada e evidenciada em Portugal quando comparada ao Brasil.

As duas cidades mantiveram a organização de suas festas sob a responsabilidade dos mesmos agentes de todos os anos - a *TV Verdes Mares* e a Associação de Festas do São de Braga. Ambas contaram, em 2023, basicamente com os apoios de sempre (já mencionados nesta pesquisa), alterando um pouco somente com relação aos patrocinadores, que costumam ser mais voláteis e se

modificarem a cada ano.

Como sabemos, a Associação de Festas é um grupo organizado voluntariamente, cuja função se concentra unicamente em materializar a centenária festa de São João da cidade de Braga, não se configurando como órgão público, nem tampouco como instituição privada. Em contraposição, o Sistema Verdes Mares e sua televisão homônima se comporta como uma organização midiática, que realiza atividades comerciais e possui caráter empresarial. Somente deste fato, é possível extrair aspectos diferenciais das organizadoras principais dos eventos.

Nesse sentido, o SVM, por meio da *TV Verdes Mares*, demonstra cumprir com o seu caráter de TV Regional, comprometida com a evolução, engrandecimento e elevação da localidade onde atua, valorizando as características culturais das manifestações populares do povo cearense e levando entretenimento de qualidade ao seu público consumidor. No entanto, como grupo empresarial que é, também se preocupa em conquistar audiência e lucratividade em suas ações.

Cumpra de forma pontual, também, contextualizar os media regionais e locais nos contextos tecnológicos e culturais, a fim de reforçar, uma vez mais, a importância da notícia local como verdadeira promotora de laços de identidade, visto que cooperam profundamente para que as pessoas – ouvintes, telespectadores, leitores, cidadãos, etc. – se assistam, e se percebam, como membros da comunidade representados nos conteúdos produzidos pelos meios de comunicação que reforçam tais sentimentos de proximidade e pertencimento (CARVALHO, NOLETO; 2022, p. 42).

Sobre a estrutura dos eventos, fica claro que, em Fortaleza, o “Arraiá do Ceará” ocorreu em um espaço artificial, ou seja, um ambiente montado temporariamente para receber exclusivamente a festa naqueles dias de fim de semana, e “é exatamente este território privilegiado que a efemeridade ocupa quando se trata da Festa” (Souza, 2013, p. 97); e que, segundo o antropólogo francês Marc Augé, esse espaço pode representar o conceito de “não lugar”, como sendo “o espaço dos outros sem a presença dos outros, o espaço constituído em espectáculo” (Augé, 1994, p. 167), no qual “é inegável a participação dos sujeitos, que retiram o espaço urbano de sua funcionalidade ordinária e invertem sua lógica, ainda que transitoriamente” (Souza, 2013, p.117).

Se, por um lado, os “não lugares” permitem uma grande circulação de pessoas, coisas e imagens em um único espaço, por outro transformam o mundo em um espectáculo com o qual mantemos relações a partir das imagens, transformando-nos em espectadores de um lugar profundamente codificado, do qual ninguém faz verdadeiramente parte (SÁ, 2014, p. 211).

Esse “não lugar”, portanto, funcionou como um ambiente fabricado de modo breve, com arquibancadas ao redor do palco principal, brinquedos infantis, cabine fotográfica, decoração, materiais publicitários, cidade cenográfica e barracas de comidas típicas, que atraiu o público e movimentou a população para aquele sentido da cidade nas duas noites de ocorrência, revelando que “a Festa surge como possibilidade de experiência espacial na cidade, de vivenciar o espaço urbano e apropriar-se dele” (Souza, 2013, p. 36).

Além disso, obviamente o centro comercial onde a festa aconteceu se beneficiou do evento pela quantidade de pessoas atraídas que frequentaram e consumiram produtos e serviços em lojas do *shopping* nas duas noites. Ainda sobre o aspecto estrutural, a edição de 2023 do “Arraiá do Ceará” foi, sensivelmente, bem menos sofisticada que as edições anteriores, considerando, principalmente, a transferência para um local muito menor, com menor capacidade de público e ausência de *shows* de artistas para além dos brincantes das quadrilhas juninas em disputa.

Diante deste cenário festivo, questionamos se os responsáveis pela produção, organização e preparação do “Arraiá do Ceará” não levaram em consideração a análise de alguns fatores, como: a considerável decadência da pandemia e o regresso da festa presencial em 2023 naturalmente iriam entusiasmar o público e atrair um número considerável de pessoas para reviver a atmosfera mágica da época junina, e, ainda que por algum motivo não fosse possível realizá-la novamente no aterro da Praia de Iracema, não seria possível procurar um espaço na capital com capacidade de público semelhante ao que costumava ser disponibilizado anteriormente?

Nessa circunstância, pairam outras questões: O grande centro comercial onde o evento aconteceu foi privilegiado perante os pequenos comerciantes? Não se chegou a pensar na economia desde o ponto de vista dos ambulantes que também precisam lucrar com a venda de produtos nesta festividade? Não se

cogitou a contratação de atrações musicais para entreter os participantes e abrilhantar esta edição? Ou será que o Sistema Verdes Mares simplesmente cumpriu com a sua obrigação institucional de realizar a disputa de quadrilhas juninas para enviar a campeã do estado para o festival regional?

São interrogações que certamente foram feitas e devem ter permanecido no pensamento de muitos dos cearenses participantes do festejo, que certamente notaram o encolhimento do “Arraiá do Ceará” na edição de 2023 ao que geralmente se costumava oferecer nas edições anteriores do evento. E mais, são indagações que permaneceram sem respostas ao público participante da festa e também aos telespectadores e público consumidor dos conteúdos oferecidos pela empresa de mídia TVM, dando a revelar pouca transparência com o balanço da festa e a tentativa insistente de promovê-la positivamente, exibindo os cortes editados dos seus melhores momentos e atrações nas programações televisivas e conteúdos publicados também fora da televisão.

Mais uma vez, outro ponto que não pode esquecer é que, levando em consideração o grande tamanho e extensão geográfica de Fortaleza (em comparação com Braga, por exemplo), o “Arraiá do Ceará” representou apenas (uma das) festas de São João que ocorreu pela cidade. Inúmeras outras, porém, acontecem em Fortaleza, sejam públicas ou privadas (escolas, condomínios, empresas, igrejas), cada uma com seus elementos, perfis de público e características próprias.

Figura 93 - Quadrilha improvisada em festa de São João para pessoas idosas em clube de Fortaleza (junho/2023).



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 94 - Artista tocando sanfona ao vivo para clientes de uma padaria de Fortaleza durante o mês junino (junho/2023).



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 95 - Serviço de comidas típicas de São João durante festa corporativa junina em empresa de Fortaleza (junho/2023).



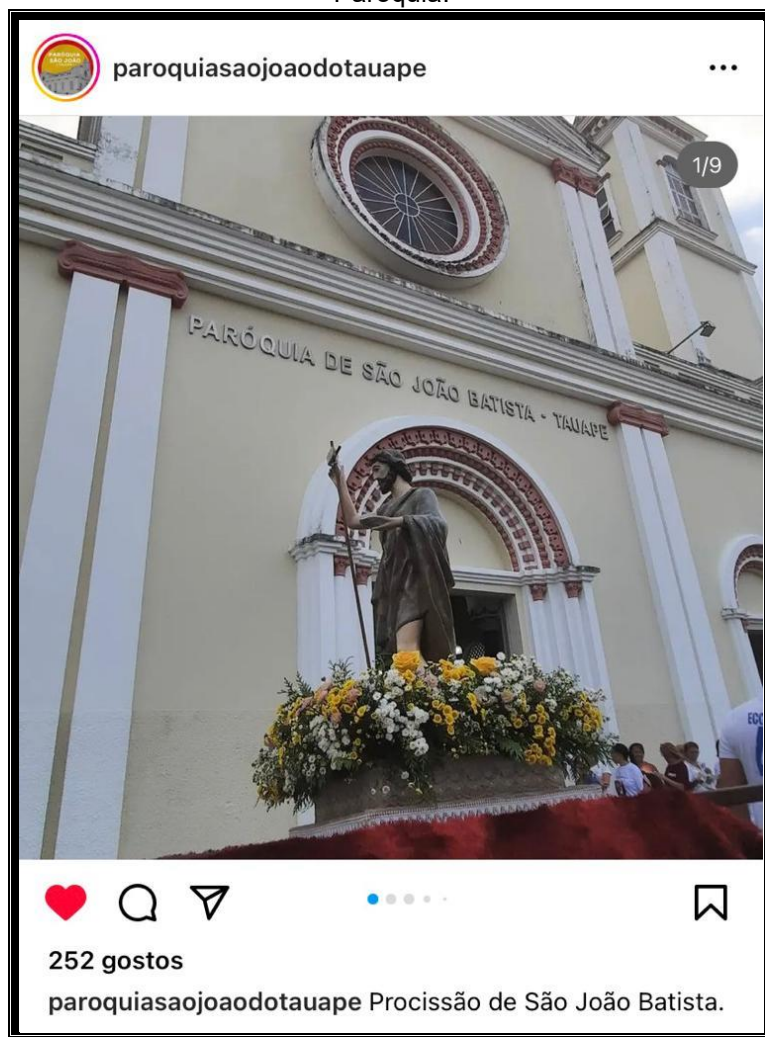
Fonte: Elaborado pela autora

Assim, observando a festividade em sentido macro, ela se encontra pulverizada pela cidade de Fortaleza e é distribuída conforme cada iniciativa ou instituição organizadora de forma autônoma e independente. Porque não há, nas cidades brasileiras, uma unidade centralizadora e organizativa do São João em sentido abrangente? É certo que há os esforços públicos das Secretarias de Cultura e Turismo em cada cidade, mas não são capazes de unificar propriamente o festejo por completo. Essa realidade fragiliza a festividade na medida em que duas ou mais festas juninas de iniciativas e espaços diferentes podem coincidir em dias e horários, e assim, dispersar o público, que conta com outras opções de eventos de São João para consumir.

Constatamos que, em geral, por se tratar de uma festa que existe essencialmente pelo aspecto religioso para homenagear principalmente um dos santos do catolicismo popular, há um certo esvaziamento do aspecto religioso nas

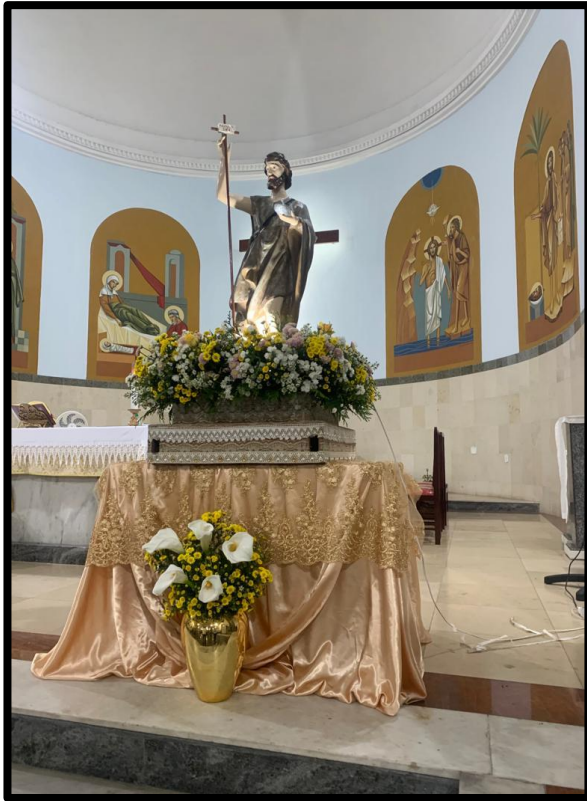
festas da cidade de Fortaleza. Tanto que, para encontrar algum sentido religioso mais consistente e materializado nas festas da cidade, foi preciso recorrer, de fato, a uma instituição católica, através de uma paróquia especificamente dedicada a São João Batista, localizada no bairro São João do Tauape da capital cearense.

Figura 96 - Publicação da Procissão da Paróquia de São João Batista no perfil de *Instagram* da Paróquia.



Fonte: Redes Sociais (Instagram)

Os representantes desta paróquia se movimentaram durante o mês de junho de modo independente, contando com a colaboração da comunidade vizinha, para promover a festa do padroeiro, através de procissão, missas, novenas, bingos, carreatas, sorteios, comidas típicas, brincadeiras, rifas e doações para homenagear o santo patrono, São João Batista, conforme imagens abaixo (figuras 97 a 105).







Fonte: Elaborado pela autora

Retornando ao “Arriaiá do Ceará”, este, por sua vez, possui um caráter festivo predominantemente midiático, em razão da sua própria organizadora se tratar de uma empresa pertencente a um grande sistema de comunicação, mas também pelos cenários e decorações produzidos, com aspectos visuais e sonoros construídos no intuito de serem explorados, transmitidos e veiculados pelos meios de comunicação audiovisuais do grupo.

Braga, diferentemente, não constrói um cenário concentrado localizado em um espaço específico; ao contrário, as suas atrações acontecem de forma sistematizada, espalhadas pelo espaço natural da cidade, ou seja, em suas avenidas, ruas, igrejas e praças. A decoração e identidade do evento são padronizadas e a festa acontece de modo difuso e coordenado por toda a cidade, com intervenções devidamente agendadas em diversos pontos. A depender do quadro ou atração de cada momento, são usados instrumentos e acessórios adequados para cada ocasião.

Ao passo que a cidade brasileira de Fortaleza não uniformiza a festividade

de São João como um evento único na cidade, questionamos porque Braga também não costuma produzir eventos sanjoaninos autônomos, embora menores, dentro de entidades e estabelecimentos do município, como as escolas, clubes, universidades, comunidades vizinhas, corporações, institutos ou fundações? Seria preferível àquela parcela da população bracarense não engajada diretamente nas instituições organizadoras, se acomodar na espera pela mobilização por conta própria da municipalidade, da Associação de Festas e demais órgãos para prepararem o tão aguardado festejo “mais popular de Portugal” para dele desfrutarem?

Com relação à disposição dos festejos juninos, os já mencionados destaques foram a concentração do evento “Arraiá do Ceará” em um único espaço, em Fortaleza, no Quintal (estacionamento) do North Shopping Jóquei; e a dinamicidade do evento em Braga, sendo intencionalmente distribuído pelos mais diversos espaços públicos em toda a cidade.

O segundo eixo do quadro de análise trata sobre os elementos culturais, sendo o primeiro deles, as tradições populares. Elas, em Fortaleza, foram bastante reduzidas somente às apresentações de doze (12) grupos de Quadrilhas Juninas, que competiram no festival. Inicialmente foram anunciadas dezesseis (16) quadrilhas juninas na competição, porém, às vésperas do evento, quatro (4) delas não puderam participar, restando apenas doze (12) no festival.

Seria, talvez, a considerável redução do espaço do festejo a responsável, por exemplo, pela falta de um segundo palco para apresentação simultânea de outros grupos culturais? Então, somente para suprir de algum modo a ausência dos quatro grupos juninos faltosos, se apresentaram no arraiá os três (3) grupos culturais da região da cidade (bairro) onde o evento aconteceu, em uma atitude que pode ser interpretada como simples opções para preenchimento de um espaço vazio no evento.

As tradições populares, porém, foram muitas no São João de Braga de 2023. A maioria delas foi mantida através dos quadros clássicos consagrados nas sanjoaninas, como os cortejos com andores, a eucaristia, a rota dos santos populares, os carros de destaque para desfile do Rei David, o carro das ervas, o

carro dos pastores e a procissão e a novena dedicada a São João Batista, tudo isso na vertente religiosa do evento. Enquanto que na parte cultural houve a gala sanjoanina, a aclamação das flores, o cortejo dos grupos musicais e etnográficos das rusgas, dentre outros¹⁹⁹.

Um destaque das atrações da festa no dia 19 de junho foi o projeto “A UM vem ao São João”, com uma noite acadêmica de grupos culturais da Universidade do Minho (UM). Esse ato representa o envolvimento de parte da sociedade bracarense com a festa, através das principais instituições da cidade, tendo em vista o importante impacto que a Universidade do Minho possui em Braga desde a sua instalação, em 1973, alterando o cariz da cidade e atraindo inúmeros jovens bracarenses e estrangeiros para estudar na instituição. A propósito, recordamos que a UMinho possui, inclusive, um núcleo investigativo que desenvolve também estudos relacionados com os fenômenos festivos e culturais, denominado Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS).

Figura 106 - Publicação da AFSJB no *stories* do *Instagram* divulgando a presença do Grupo Folclórico da Universidade do Minho nas sanjoaninas.

¹⁹⁹ A programação completa do evento realizado em 2023 pode ser consultada no seguinte link de acesso: <https://www.saojoaobraga.pt/wp-content/uploads/2023/06/BrochuraSaoJoao2023_Web_v4.pdf>.



Fonte: Perfil do Instagram da AFSJB

Outro exemplo social foi a realização, no dia 20 de junho, da ação “+Saúde”, que promoveu benefícios para a saúde da população presente, com profissionais especializados realizando rastreios visuais, respiratórios, cardiovasculares e de saúde mental ao público. Tal ação, mais uma vez, revela uma atitude de cidadania, cuidado, bem-estar e, sobretudo, engajamento e envolvimento de variados setores profissionais da cidade com o público do evento.

Vale ressaltar ainda a intervenção de crianças, adolescentes e jovens em quadros clássicos do São João, por exemplo, a atração “cavaquinho na escola”, onde diversos alunos do ensino básico se apresentaram no dia 21 de junho, na praça municipal de Braga. Isso novamente revela que o São João enquanto festa não penetra o interior das instituições, porém comprova um convite ao exterior das entidades, em uma importante ação de mobilização social e engajamento de toda a comunidade em torno de um grande evento da região.

Na parte cultural-literária, as sanjoaninas ofereceram também o lançamento e apresentação do livro “Os Zés Pereiras”, de autoria de Napoleão Ribeiro e Tiago Manuel Soares. Percebe-se, assim, a dimensão do impacto que a festa impõe sobre os próprios cidadãos bracarenses e os visitantes da região durante os dez dias de sua realização.

Questionamos, também, porque este aspecto literário não é revelado em nenhum momento do São João de Fortaleza? Ou mesmo em outras cidades brasileiras? Sem a intenção de generalizar, mas porque não costuma haver espaço para este tipo de programação no São João brasileiro (à exceção dos clássicos folhetos de cordel)? Será devido à ausência de incentivos públicos/privados? Ou porque não há interesse por parte de autores de produzir literatura junina e/ou cultural? Talvez porque a temática cultural não desperta a atenção de leitores? Quem sabe porque a população brasileira não possui o hábito da leitura e as produções não seriam vendáveis? Ou, ainda, porque a festividade não possui o peso da tradicionalidade histórica que há em Portugal? Talvez a explicação passe pela soma de todos esses elementos. Essas são importantes questões que apontam marcadores diferenciais da festividade nos dois países lusófonos.

Com relação às expressões artísticas, dada a simplicidade da edição do São João em Fortaleza em 2023, o evento contou praticamente com a já mencionada exibição de três (3) grupos culturais da região (bairro), os quais participaram do evento em substituição aos quatro (4) grupos de quadrilhas juninas que não puderam comparecer ao festival, como forma de preencher o evento, bem como de entreter e animar o público presente. Será, de novo, que se não faltassem as quadrilhas juninas, esses grupos culturais teriam sido convidados a se apresentar no festival?

Nesta ocasião, as expressões artísticas tradicionais se concentraram basicamente nas quadrilhas juninas em disputa, as quais apresentam naturalmente um conjunto de expressões clássicas deste tipo de manifestação folclórica e popular da região onde atua, a exemplo das encenações teatrais dos casamentos matutos exibidos, assim como nos gritos de guerra de cada grupo, nas entoações de cantos individuais ou coletivos e nos passos de danças bem marcados, compassados e sincronizados entre os brincantes de cada quadrilha.

Tudo isso, unido ao ambiente decorado, às músicas alegres em alto volume e à sinergia com a plateia, transforma a atmosfera do ambiente em um verdadeiro espetáculo completo de sons, cores, adereços, danças e entusiasmo; contemplando as artes em suas mais variadas vertentes e estabelecendo um amplo arcabouço artístico manifestado em suas mais diversas expressões culturais.

O São João de Braga, por sua vez, trouxe uma programação completa de quadros típicos da secular festa sanjoanina. As expressões artísticas predominaram pelas ruas da cidade através dos grupos etnográficos, dos cancioneros populares, dos músicos e instrumentistas (como as concertinas e os cavaquinhos). O desfile e rodopiadas dos gigantes e cabeçudos²⁰⁰ são outro exemplo que fazem parte do circuito de expressões artísticas do São João bracarense.

As encenações artísticas dos carros dos pastores, do Rei David e das ervas, os andores católicos desfilando em procissão, os cortejos infantis, os bailes, os concertos das bandas filarmônicas homenageadas neste ano, o concerto de sinos, os fogos de artifício, os grupos de animação e as performances em cada concerto apresentado pelos artistas compõem, junto às luzes e decoração, o cenário do São João de Braga de 2023 com relação às expressões artísticas.

Dentre as inovações deste ano, em Fortaleza, o aspecto mais marcante seria a realização da festa em um novo espaço, totalmente diferente do que já ocorrera nas festas dos anos anteriores, implicando em uma redução significativa do espaço, com todas as consequências danosas e desfavoráveis que essa decisão pode acarretar com relação à capacidade de público, à exploração midiática e à receita arrecadada pelos comerciantes que nela trabalham desde os anos anteriores.

Outra “inovação” sob o ponto de vista negativo do festejo, foi a redução da quantidade de dias do evento e a ausência total de apresentações musicais de

²⁰⁰ Gigantones e cabeçudos são grandes bonecos vestidos por humanos, com trajes da região minhota, que desfilam, dançam e rodopiam pelas ruas da cidade de forma desengonçada, com movimentos desajeitados. São figuras muito alegres, que despertam a simpatia de adultos, e, principalmente, de crianças.

bandas e/ou artistas exibidos anualmente nos palcos das edições anteriores. Esse fator, em geral, costuma despertar a atenção, gerando atratividade do público que deseja assistir ao seu cantor ou artista preferido ao vivo em uma festa da cidade, mas que desta vez não foi possível experimentar na modesta e acanhada edição 2023 do festejo.

No caso de Braga, os próprios organizadores informaram que a inovação da festa ficou a cargo da realização da Feira do Artesanato, que reuniu mais de vinte (20) artesãos expondo seus produtos para venda na Praça Municipal da cidade. Outro ponto inovador foi a apresentação de diversos DJs, em frente à Igreja do Pópulo de Braga, para a realização do inovador “São João Pop’ular” – Afterparty, a fim de seguir animando principalmente os mais jovens participantes do São João após o encerramento da agenda oficial do evento em cada dia.

Essas tentativas de inovações, no entanto, nem sempre são vistas como algo positivo, pelo menos no caso brasileiro, uma vez que muitas festividades juninas são questionadas quando incluem em suas programações, bandas, cantores e/ou artistas que não se encaixam com o perfil da festa de São João.

Como exemplo, em 2023, houve casos de críticas pela inclusão do DJ mais famoso do Brasil, *DJ Alok*, no São João de Maracanaú, importante festa junina do estado do Ceará, que foi severamente acusado de descaracterizar o estilo da festa junina pela contratação do referido DJ. Outro exemplo polêmico no mesmo ano, foi a redução do tempo de show do cantor e sanfoneiro nordestino Flávio José, no célebre São João de Campina Grande, no estado da Paraíba, para beneficiar e ampliar o tempo de apresentação do cantor sertanejo Gustavo Lima no evento, cuja carreira está em evidência no país, mas o estilo musical não possui grande proximidade com a festa junina, principalmente no Nordeste do Brasil.

Considerando, portanto, somente o quesito “inovação” da análise, vemos que o São João português acrescentou dois (2) novos elementos à sua tradicional celebração, buscando a inclusão e o engajamento de perfis de público diversificados ao evento; inversamente, a edição de 2023 do São João de Fortaleza retirou três (3) elementos fundamentais de seu evento: reduziu a quantidade de dias de festa, limitou a dimensão do espaço disponível e retirou os

shows musicais de bandas e cantores; o que implicou, de certa forma, no afastamento de boa parte do público participante, revelado numericamente em apenas 10 mil pessoas para dois (2) dias de festa em uma cidade que possui mais de 2,5 milhões de habitantes.

Por último, na parte de folkcomunicação audiovisual, no Brasil, os recursos midiáticos contemplados pela empresa de comunicação responsável pela realização do evento, *TV Verdes Mares*, em Fortaleza, se concentraram em desenvolver uma extensa atividade de divulgação e cobertura sobre o antes, durante e depois do evento nos telejornais e programas de entretenimento da emissora. Assim, as expressões culturais (quadrilhas juninas, forró, grupos culturais, danças e demais elementos da festa) foram exibidas em perspectiva *crossmedia*, atravessadas pelos veículos de televisão, impresso, rádio, portal de notícias e redes sociais exclusivos do *Sistema Verdes Mares*.

Ou seja, a estratégia se baseou numa perspectiva *crossmedia*, atravessadas por uma ampla campanha transmidiática de propagandas, notícias, anúncios, reportagens jornalísticas e de entretenimento dos momentos precedentes, simultâneos e posteriores ao evento principal, exploradas pelos veículos de televisão, impresso, rádio, portal de notícias e redes sociais pertencentes ao Sistema Verdes Mares.

Traduzido livremente como cruzamento de mídias, o termo se refere, no contexto da comunicação organizacional, à utilização de diferentes mídias, sejam elas digitais ou analógicas, para a publicação de conteúdos. Em uma campanha *crossmedia*, o mesmo conteúdo é disponibilizado em diferentes plataformas, contendo as adequações necessárias para cada mídia (XAVIER, 2024, p. 48).

A folkcomunicação audiovisual do São João em Braga, através da emissora *Braga TV*, funcionou também a partir de uma extensa atividade de divulgação e cobertura sobre as manifestações culturais, populares e tradicionais do festejo antes, durante e depois de sua realização; dentro de uma perspectiva também transmidiática, na qual “em uma narrativa transmídia, a história é ampliada a partir do acesso às diferentes mídias utilizadas” (Xavier, 2024, p. 49), atravessadas pelas suas contas em variadas plataformas no ciberespaço, ou seja, exclusivamente no ambiente virtual.

Assim, as expressões culturais (rusgas etnográficas, cantores, artistas, cortejos, bandas musicais e diversos grupos populares) do São João de Braga foram exibidas em perspectiva *crossmedia*, atravessadas pelas contas da emissora no ambiente virtual (portal de notícias, matérias publicadas no *facebook* e *instagram*, com transmissão direta no *Youtube* da emissora *online Braga TV*).

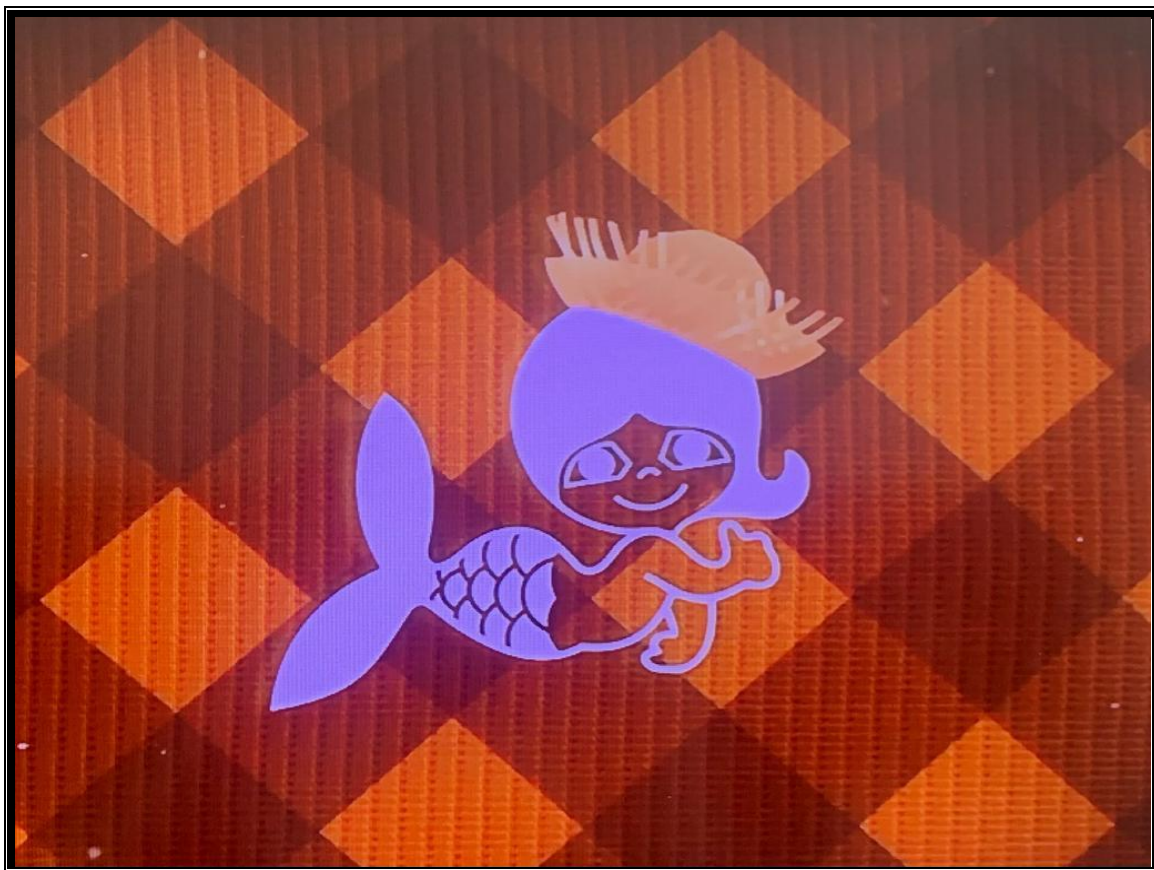
Realizaram-se uma série de 39 notícias no portal na internet e diversas outras publicações no *facebook* e *instagram*, pois, “ao utilizar o conceito, a organização objetiva aumentar a interação com o público e alcançar o maior número de pessoas, distribuindo informações semelhantes em diferentes ambientes midiáticos” (Xavier, 2024, p. 48).

Outra ação a ser citada pela Braga TV, foram as transmissões diretas da festa realizadas no *Youtube* da emissora online.

Tomemos aqui o caso da transmissão de um evento. O mesmo evento é transmitido simultaneamente na internet, com imagem, áudio e possibilidade de interação com comentários dos internautas em tempo real; na televisão, com imagem e áudio e compartilhamento de comentários de alguns telespectadores na tela; e no rádio, em áudio, sendo possível também a menção aos demais meios de transmissão, durante o evento. Dessa maneira, o mesmo conteúdo é disponibilizado ao público, respeitando as características de cada mídia (XAVIER, 2024, p. 48).

Para concluir, temos a análise folkmediática da *TV Verdes Mares*, que se expressou através de ações de *marketing* durante o mês de junho inteiro, com alteração do *design* e *layout* da sua logomarca (a sereia, que no mês de junho estava, simbolicamente, utilizando na cabeça um chapéu de palha). A linguagem e cenários sofreram adaptação aos aspectos e elementos culturais que remetem particularmente às festas nordestinas do São João que ocorrem em Fortaleza e no estado do Ceará.

Figura 107 - Logomarca da TV Verdes Mares usando um chapéu de palha como acessório fixo durante o mês de junho.



Fonte: TV Verdes Mares.

Essa atitude demonstra o firme propósito cidadão da empresa de comunicação em estar comprometida com a manifestação da cultura popular cearense, através de ações e práticas que se alteram e se fazem presentes no cotidiano de quem faz e de quem consome o produto televisivo daquela emissora; reforçando, assim, a teoria da folkmediatização que se preocupa em “investigar a presença de elementos da cultura popular pela mídia de massa e analisar a maneira como são utilizados” (Cardoso, Neves; 2013, p. 14).

Em comparação, perguntamos o porquê da emissora Braga TV não alterar o *design* ou *layout* de sua logomarca durante o São João e tampouco realizar significativas ações de *marketing* durante a festividade? Essa atitude revela, portanto, a ausência de uma profunda identidade com os elementos sanjoaninos regionais da população bracarense, para além de suas já estabelecidas atividades jornalísticas diárias. Suas tarefas se concentraram basicamente em exibir um extenuante conteúdo informativo e de divulgação relativo às Sanjoaninas de Braga, sendo alguns deles replicados de fontes oficiais das organizadoras da festa, como a Câmara Municipal e, principalmente, a Associação das Festas de São João de

Braga (AFSJB).

A atividade folkmediática da emissora se resumiu em exibir um conteúdo intensificado para o seu público ficar profundamente bem informado a respeito das principais atrações de uma manifestação tradicional da cultura popular bracarense que preserva tradições seculares em sua produção. Ainda assim, é possível considerar que ambas as emissoras atuaram como veículos audiovisuais que promoveram a cultura popular do São João de suas cidades.

Com base nas observações realizadas, apontamos os principais pontos de aproximação e distanciamento das festas de São João de Fortaleza e Braga no ano de 2023, considerando suas particularidades históricas e culturais sob o prisma do aspecto (folk)mediático audiovisual, com suas emissoras locais atuando no cenário festivo como um poderoso instrumento informativo e valorizador das manifestações populares vinculadas aos seus espaços regionais.

8 CONCLUSÃO

Tendo percorrido e visitado diversos conceitos, assuntos e conteúdos que rodeiam a temática festiva abordada nesta tese, é possível realizar um panorama conclusivo dos objetivos propostos para este trabalho, no intuito de estabelecer análises mais densas e determinantes a respeito do fenômeno apresentado, observando a natureza investigativa desta pesquisa baseada em um viés comparativo.

Como objetivo principal deste trabalho, propomos identificar traços comparativos com relação às estruturas, expressões culturais e disposição dos festejos juninos contemporâneos brasileiros, em Fortaleza, e portugueses, em Braga. Outro interesse do trabalho está também em perceber como os processos folkcomunicacionais são praticados na contemporaneidade através de materiais audiovisuais, em campanhas folkmediatizadas pelos veículos televisivos, TV Verdes Mares e Braga TV, em relação aos circuitos populares de São João que compõem o calendário festivo oficial das cidades.

Festividades, espaços urbanos, intervenções públicas, televisão regional, *online* e convencional; cidades, festas de São João, rituais antropológicos, religiosidade, catolicismo, tradições, cultura popular, práticas coletivas, folkcomunicação, mídia audiovisual, ações privadas, interesses econômicos, turísticos e folkmediatização foram alguns dos principais temas levantados e postos em discussão ao longo dos capítulos desta tese.

Os contornos comparativos das festividades foram manifestados através de um quadro tabelado, expondo as características e particularidades de cada evento realizado em 2023, através de um formato mais compreensível visualmente. Os principais eixos analisados foram: a festa (distribuída entre organização, estrutura e disposição), os elementos culturais (compreendidos em tradições populares, expressões artísticas e inovação) e os processos folkcomunicacionais (divididos em folkcomunicação e folkmídia) de cada evento visto de modo individualizado.

Algumas conclusões foram reveladas a partir da construção deste quadro comparativo, por onde nos baseamos para dar início às considerações finais deste trabalho. Inicialmente, no primeiro eixo, temos a definição de quem foram os

organizadores principais destas festividades e a certeza de que essa decisão impacta significativamente no padrão festivo adotado em cada evento.

Prova disso é que o São João em Braga, em Portugal, organizado por agentes culturais e membros voluntários da Associação de Festas do São João de Braga (AFSJB), se comporta como um evento que se preocupa profundamente em vivenciar na prática esse momento e preservar as suas tradições culturais, artísticas, populares e religiosas existentes em longos 850 anos de realização. Fortaleza, por sua vez, conta com uma festa organizada por uma emissora regional brasileira de televisão aberta, *TV Verdes Mares*, que se preocupa também em viver o momento da festa, preservar o contexto popular e cultural que a envolve, mas, principalmente, em mostrar e exibir midiaticamente que assim a faz; esquecendo, entretanto, o sentido religioso que motiva o festejo.

Quanto à estrutura, tivemos, em 2023, uma cidade de Portugal que preencheu a maior parte seu espaço orgânico com atrações as mais diversas. Ruas ocupadas, de modo estimulado e proposital, por centenas de cidadãos e visitantes de dentro e fora do país, para aproveitar a programação desses dias intensos e desfrutar da decoração, animação e atrações no ambiente urbano natural da cidade de Braga.

Por outro lado, no Brasil, tivemos um ambiente único para a realização do festejo “Arraiá do Ceará”, em Fortaleza. Com uma composição estrutural fabricada temporariamente dentro de um estabelecimento particular da capital, com arquibancadas, palco principal, brinquedos infantis, cabine fotográfica, decoração, cidade cenográfica e barracas de comidas típicas; com isso, o festejo produziu um espaço artificial em um “não lugar” para usufruto do público participante, sendo quase todo ele composto pela população nativa da capital, ou alguns participantes vindos de regiões metropolitanas ou de cidades do interior do próprio estado do Ceará.

Redescobrimo o sentido do (re) encontro social e da aglomeração popular para festejar o São João após a interrupção obrigatória de três (3) anos da festa motivada pela pandemia do Coronavírus, “O Arraiá do Ceará” voltou a acontecer em Fortaleza, disposto como um evento concentrado, com duração abreviada de

apenas duas (2) noites no segundo final de semana do mês de junho de 2023. Enquanto isso, Braga manteve seus tradicionais dez (10) dias de São João em Portugal, como um evento dinâmico, distribuído em diversos pontos e espaços públicos por toda a cidade.

Com relação aos elementos culturais, as tradições populares em Fortaleza se resumiram praticamente à apresentação de doze (12) grupos de Quadrilhas Juninas em disputa, ao passo que Braga contou com suas numerosas e variadas tradições sanjoaninas, como os cortejos, festivais, novenas, gigantones e cabeçudos, cascatas, andores, carros alegóricos, concertinas, dentre outros.

As expressões artísticas no “Arraiá do Ceará” ficaram a cargo dos três (3) grupos culturais da região onde o evento aconteceu que se apresentaram em substituição a quatro (4) grupos de quadrilhas juninas que faltaram à disputa, demonstrando uma ação de improviso e de pouco cuidado e/ou interesse com o quesito artístico da edição junina de 2023, para além dos tradicionais grupos de quadrilhas já esperados.

O aspecto artístico se revelou no São João brasileiro a partir das diversas manifestações artísticas expressas e incluídas nas próprias apresentações das quadrilhas juninas em disputa, contribuindo imensamente para a espetacularização do evento; com os gritos de guerra, as encenações teatrais dos casamentos matutos, os figurinos coloridos e padronizados de cada grupo, as entoações de cantos individuais e coletivos, os passos de danças bem marcados, compassados e sincronizados entre os brincantes de cada grupo.

Em Braga, as expressões artísticas do São João de 2023 se revelaram a partir da exibição de inúmeros concertos, grupos culturais, bandas, cantores e artistas musicais, além das apresentações de grupos infantis e adultos de escolas e universidades da cidade portuguesa. Como exemplo, os clássicos grupos etnográficos das rusgas que se apresentaram cantando, tocando e dançando em desfile pelas ruas da cidade, mantendo a tradição festiva e cultural da região minhota.

Algumas inovações foram reveladas na edição de 2023 do São João nas

duas cidades, em comparação com suas edições anteriores. Desta vez, o “Arraiá do Ceará” aconteceu em apenas duas (2) noites no estacionamento, denominado “quintal”, do North Shopping Jóquei, em Fortaleza, representando um espaço novo de realização, diferente do local de ocorrência dos anos anteriores. Essa decisão alterou significativamente a construção do evento em termos de redução do espaço, estrutura e captação de público.

Outro fator diferente das edições anteriores foi a falta de apresentações musicais de bandas e/ou artistas tradicionalmente exibidos em outros anos, implicando em uma restrição das expressões musicais (especialmente do ritmo forró) e na limitação do festejo em si como uma notável manifestação cultural e importante fenômeno massivo do Nordeste brasileiro, resumido apenas ao festival e disputa de quadrilhas juninas da *TV Verdes Mares*, responsável por enviar a campeã do Ceará para disputar o festival da (rede) Globo Nordeste.

No caso de Braga, as novidades da edição de 2023 foram a realização da Feira do Artesanato, que contemplou mais de vinte (20) artesãos na Praça Municipal da cidade. Além disso, a apresentação de diversos DJs, em frente à Igreja do Pópulo de Braga, para a realização do “São João Pop’ular” - Afterparty. Estas são novidades que demonstram a preocupação dos organizadores em contemplar diferentes tipos de públicos, resultando em uma ainda maior agregação de pessoas de dentro e de fora da região interessadas em usufruir dessas atrações. Aqui, trazemos a ressalva de que, quando este tipo de inovação musical acontece no Brasil, geralmente vem acompanhada de uma avalanche de críticas quanto à descaracterização e perda da originalidade do evento junino.

No tocante aos processos folkcomunicacionais, temos a folkcomunicação realizada no Brasil, pela *TV Verdes Mares*, a partir de uma atividade ampla nos trabalhos de divulgação e cobertura do evento sobre o antes, durante e depois de sua realização, tanto nos telejornais como nos programas de entretenimento. A emissora aproveitou também todos os veículos que compõem o Sistema Verdes Mares, como a televisão, o jornal impresso, o rádio, o portal de notícias e redes sociais para explorar as expressões culturais da região (quadrilhas juninas, forró, grupos culturais, danças) e o produto festivo preparado por ela, como parte de uma estratégia *crossmedia*.

De forma semelhante, a emissora portuguesa *Braga TV* também preparou uma extensa atividade de divulgação e cobertura sobre o antes, durante e depois do São João de Braga, igualmente contemplando as expressões culturais (rusgas etnográficas, cantores, artistas, cortejos, bandas musicais, grupos populares e demais elementos festivos) exibidos em perspectiva *crossmedia*, atravessadas, porém, pelas suas contas no ambiente virtual (portal de notícias, matérias publicadas no *facebook* e *instagram*, bem como transmissão direta no *Youtube* da emissora).

Com relação à folkmídia, a brasileira *TV Verdes Mares* se expressou através de ações de promoção e *marketing* do “Arraiá do Ceará”, contando com a força dos seus patrocinadores durante o mês de junho, alterando, inclusive, o *design* e *layout* de sua logomarca, demonstrando profunda identidade com as festas juninas da região. Outro aspecto diferencial do mês junino pela emissora foi a alteração de linguagem, decoração e cenários dos programas de entretenimento da emissora, que sofreram adaptações para os mais variados elementos culturais nordestinos que remetem particularmente às festas de São João de Fortaleza e do estado do Ceará.

A folkmídia por parte da emissora portuguesa *Braga TV*, no entanto, é pouco revelada. São mantidas suas práticas comuns de produção jornalísticas, não sofrendo grandes alterações em suas rotinas produtivas, nem tampouco criando vínculos identitários com a população bracarense e sua maior manifestação popular do calendário anual. As tarefas por ela produzidas são destinadas a preparar um extenso conteúdo informativo e de promoção das festividades sanjoaninas de Braga, sendo alguns deles replicados de fontes oficiais das organizadoras da festa, como a Câmara Municipal e, principalmente, a Associação das Festas de São João de Braga (AFSJB), apenas cumprindo sua missão jornalística.

Diferente da emissora cearense, a televisão *online* portuguesa não se preocupa em realizar ações de *marketing* significativas neste período, em alterar o *design* e *layout* de sua logomarca, nem mesmo em fazer uso de uma linguagem regional. As tarefas se mantêm as mesmas durante as festividades, certamente com um ritmo mais intensificado de produção jornalística, porém o grupo de comunicação não realiza alguma intervenção direta na cidade, ou interfere com ações próprias no evento. Dessa forma, a *Braga TV* não estabelece uma relação realmente

aproximada com o seu público-alvo, nem tampouco com os elementos sanjoaninos regionais da população bracarense no período de São João.

Feita esta análise, cumprimos com o objetivo principal desta pesquisa, cuja intenção era justamente identificar os traços comparativos entre as estruturas, expressões culturais e disposição dos festejos juninos contemporâneos brasileiros e portugueses; assim como constatar a ocorrência, motivada pelas festas de São João, dos processos folkcomunicacionais audiovisuais promovidos pelos canais de televisão *TV Verdes Mares* e *Braga TV* em seus respectivos países de operação.

Com relação aos objetivos específicos, reconhecemos, distintivamente no terceiro capítulo da tese, os pontos particulares e divergentes entre o veículo televisivo nos seus modelos tradicional e digital. Neste aspecto, identificamos, na categoria audiovisual, o caso da brasileira *TV Verdes Mares* de Fortaleza, como canal convencional de TV aberta, que, embora opere atualmente com sistema de transmissão digital, ainda se baseia em uma programação vertical mais fechada e limitada no aspecto quantitativo de disponibilidade dos conteúdos exibidos em sua grade, pois precisa ser obediente aos padrões, horários e exigências de sua cabeça de rede nacional, a Rede Globo de televisão.

Entretanto, ainda que o conceito de televisão tradicional esteja muito associado ao sistema de transmissão analógico e todos os efeitos que ele implica, podemos considerar que, nos dias de hoje, as emissoras de canal aberto de concessão pública, como a *TV Verdes Mares*, não apresentam mais tanta limitação quanto à qualidade de som e imagem, nem à questão da interatividade; pois, devido à transmissão digital e à sua coligação com a internet, é possível atingir um grau maior de diálogo com os telespectadores em votações, comentários e participações na programação vertical da telinha. Isso, obviamente, reduz o engessamento das emissoras convencionais com relação ao modelo um para todos, bem como a passividade do telespectador como sistema de mão única, porém não anula a sua necessidade de encontrar outros meios de comunicação para possibilitar alguma interação.

Assim, mesmo que a *TV Verdes Mares* se aperfeiçoe nestes aspectos mencionados e esteja presente na internet e nos meios digitais, como as redes

sociais, prevalece a sua característica de TV tradicional ou convencional (considerando que a nomenclatura não é consensual), atuante como emissora regional e exibida exclusivamente em canal aberto.

No caso da TV Digital, observamos o exemplo da emissora portuguesa *Braga TV* como um modelo que se encaixa bem nas características desse meio, visto que atua exclusivamente no ciberespaço, como um jornal diário, online, livre e generalista, que se concentra em produzir conteúdos jornalísticos de interesses da população bracarense e minhota; embora utilize uma linguagem formal e não propriamente identificada com o vocabulário regional, através de reportagens, entrevistas e notícias disponíveis em seu portal de notícias e em suas contas nas redes sociais.

Devido ao ambiente virtual onde está presente, os conteúdos por ela produzidos apresentam características convergentes, não-lineares, multimidiáticas, não-verticais, multidirecionais e interativas. Na internet, a emissora conta com capacidade de armazenamento digital de dados, com sistema de buscas e filtros informativos. Por todas essas características, a *Braga TV* se comporta como uma Web TV (ou TV *Online*) portuguesa, que oferece conteúdo virtual disponível em rede, de modo universal e globalizado.

Outro objetivo específico atendido na presente tese foi perceber como as práticas sociais das festas populares viabilizam a ocorrência de processos folkmediáticos e como estes fenômenos comunicacionais contribuem para a ascensão turística e colaboram para a projeção e elevação das cidades. Esse aspecto se dá a partir da própria existência espontânea das festas de São João legitimadas pelo calendário anual, que atualmente atraem investimentos das mais diversas partes voltados para elas mesmas.

Essa ocorrência periódica das festas, com o passar do tempo e as mudanças resultantes dele, acabaram por transformar os eventos espontâneos em festas para consumo nos mais variados setores; dentre eles, inclusive, o despertar de atenção dos grupos de mídia com relação à exploração de conteúdos voltados para o campo cultural, dando especial destaque aos megaeventos que costumam acontecer principalmente nos grandes centros urbanos.

Assim, o folclore e as festas populares estão cada vez mais pulsantes e presentes nos meios de comunicação, que as divulgam, cobrem e transmitem de modo intenso no período de sua ocorrência. É dessa forma que a folkcomunicação se faz presente no São João português e brasileiro, com os *media* investindo nos festejos e lucrando com eles.

Em meio a esse cenário conveniente e oportuno, as cidades onde acontecem os eventos também se beneficiam da visibilidade projetada sobre elas para se promoverem e captarem ainda mais visitantes, turistas e investimentos internos, contribuindo, inevitavelmente, para o seu desenvolvimento local. Para facilitar a compreensão, se fosse preciso estabelecer uma sequência cronológica linear de ocorrência dos elementos que compõem essa cadeia favorável a tantos setores sociais, esta seria: (ocorrência das) Festividades > (atuação dos) Meios de comunicação > (desenvolvimento das) cidades.

Acreditamos, contudo, que esta cadeia em larga escala é um fenômeno relativamente recente, sem saber precisar exatamente a partir de qual década; mas, certamente de modo mais categórico, desde a entrada do novo milênio, quando a midiatização e os recursos tecnológicos se tornaram fenômenos mais presentes e acessíveis em todas as partes do planeta e contribuindo para mudanças significativas no contexto cultural de festas populares.

No caso das duas emissoras em análise, ambas prepararam um conteúdo completo dos festejos de suas cidades, com impetuosa atividade de divulgação e cobertura anterior, simultânea e posterior à realização dos eventos, expressas em uma perspectiva *crossmedia*, a partir dos instrumentos de comunicação que cada uma possui à sua disponibilidade, sejam portais de notícias, telejornais, rádios, redes sociais ou programas de entretenimento.

Identificar como a ação dos patrocinadores e das políticas públicas culturais, enquanto agentes organizadores, impacta na disposição dos festejos juninos contemporâneos representa o último dos nossos objetivos específicos. Sobre esse aspecto, temos claro que a presença de instituições públicas e privadas é essencial para a realização das festividades contemporâneas porque, muitas vezes, são justamente elas as idealizadoras, promotoras e/ou financiadoras desses eventos e

decidem, portanto, quanto aos recursos, ao formato e ao modelo que será direcionado para cada evento.

As duas festas de São João analisadas neste trabalho possuem diferentes perfis de organizadoras. Em Portugal, Braga conta com a Associação de Festas do São de Braga (AFSJB); no Brasil, Fortaleza com a *TV Verdes Mares*. As duas por si só desempenham atividades práticas diferenciadas. A primeira possui a única e exclusiva missão de preparar anualmente as festas de São João na cidade de Braga. A *TV Verdes Mares*, no entanto, possui a missão principal de atuar como grupo de mídia comercial em canal aberto; porém, com todo o seu prestígio e influência social, bem como potência empresarial e midiática que possui, desenvolve também uma atividade paralela ao seu serviço prioritário, ao preparar uma festa junina de grande porte, com entrada gratuita para todo o público interessado.

Esses elementos apontam diferenças essenciais nos objetivos de cada uma delas para a construção, preparação e execução dos festejos juninos. Está claro que, para produzir megaeventos desse porte, as organizadoras contam com apoios de agentes públicos e patrocínios de agentes privados. Ambos possuem seus interesses próprios e injetam esforços (financeiros ou não) na construção e execução das festividades. No caso do poder público, na atualidade, é uma de suas atribuições principais – sendo cobrado por isso – a realização de políticas públicas culturais nas localidades onde atuam, através de suas secretarias de cultura, no sentido de oferecer atividades de lazer e entretenimento aos cidadãos da cidade, especialmente em datas consolidadas e legitimadas pelo calendário anual.

Ocorre que, muitas vezes, o poder público sozinho não é capaz de suprir toda a carga necessária para a preparação de um megaevento. Neste caso, recorrem a grupos particulares de poderio econômico suficiente para colaborar com as despesas do evento. Em troca, estas empresas são recorrentemente publicizadas pelos meios de comunicação e nas ações de divulgação do evento, tornando a marca ainda mais conhecida e associando-a a uma manifestação popular daquela região; conquistando, assim, a simpatia do público. Nisto consistem as práticas da folkmídia e do folkmarketing, devidamente realizadas nas festas brasileiras e portuguesas de São João em 2023.

Feita uma análise qualitativa do fenômeno, podemos afirmar que a festa de São João é uma festa de apropriações; em que, inicialmente, o profano (natureza) se apropria do sagrado (deuses); depois há uma inversão, quando o sagrado (compreendido essencialmente pelos elementos que compõem a igreja católica) se apropria do profano, ou seja, da agricultura, das ações e rituais pagãos realizados pelos povos da antiguidade. Posteriormente, a festa passou a ser apropriada também pela economia, comércio e pela indústria cultural, produzindo, mais próximo aos dias de hoje, uma mescla de componentes, recursos e materiais pertencentes a várias esferas e estabelecendo critérios próprios de um campo contemporâneo adequado a padrões estéticos, midiáticos e tecnológicos do século XXI. Nesse sentido, a celebração do São João se configura precisamente como uma festa de apropriações.

Ocorre que esta é uma festa construída, e essa construção costuma se adaptar aos interesses de quem a prepara e de quem a consome. Neste aspecto, sendo ela essencialmente uma festa de apropriações, são somados diversos elementos vinculados ao sagrado, à agricultura, à religião, e cada vez mais à economia, ao comércio e à indústria, gerando ressignificações do seu sentido festivo para além do que já fora em cada uma de suas diferentes fases experimentadas.

A recente pandemia de Coronavírus (2020-2022), que implicou na paralisação da ocorrência de qualquer evento e das festividades de São João em diversos países, devido à proibição de aglomerar pessoas a fim de evitar o contágio e a transmissão da doença entre elas, comprovou, de modo transparente, que sem a existência da festa, muitas estruturas são comprometidas. A ausência das festas, além de provocar uma lacuna no calendário coletivo, causa certo desconforto e insatisfação aos indivíduos que costumam celebrá-las anualmente.

Sem as festas, a engrenagem da vida moderna se ressentida, amortece, reduz e esfria ao simples compasso diário da vida cotidiana com suas obrigações e práticas comuns. O modelo capitalista se ressentida da sua ausência que limita as atividades da economia, do turismo, da mídia, da indústria cultural, da criatividade, da arte, cultura e tecnologia; tendo em vista que estes são pilares fundamentais que oxigenam e dão sustentação à vida moderna.

Nesta direção, tanto a realização dos eventos em formato virtual ou semipresencial durante o período de quarentena e isolamento, como a sua retomada habitual pós-pandemia, passam por condições e fatores que são econômicos, políticos e sociais. Isso porque as festas são estruturas construídas para consumo, mas um consumo que é massivo, robusto, potente e que precisa contemplar a todos os sustentáculos mencionados anteriormente do modelo de vida moderna. Porém, a forma como ela é consumida impõe a manutenção das tradições, mas exige também a apresentação de sinais de reciclagem, atualização e renovação dos elementos celebrativos.

A preocupação com a exigência do cenário de renovação pode ser sentida tanto no São João de Portugal (Braga) como no do Brasil (Fortaleza). As duas organizadoras dos eventos demonstram se atentarem para esse fato quando procuram soluções atraentes para desfrute do público participante. Mesmo em eventos seculares, como é o caso do São João de Braga, registrado e datado há pelo menos 850 anos, o interesse em produzir novidades é visível, além de, claro, preservar suas tradições.

Braga ainda consegue conservar um panorama amplo de muitas de suas manifestações e quadros originais que passam pela dimensão religiosa, recreativa e cultural do evento. Além dessas, outros quadros têm sido incluídos e acrescentados aos festejos; como exemplo, o concurso de cascatas, na vertente artística; o encerramento com a corrida de São João, na vertente desportiva, e a inclusão de DJ's nas apresentações, na vertente cultural.

Em paralelo, o São João de Fortaleza ora analisado, preparado pelo Sistema Verdes Mares e denominado "Arraiá do Ceará", comparado a Braga, é excessivamente recente. Existente há apenas uma década, realizado desde 2013 (e ainda com uma pandemia de três anos neste período), não possui, por isso mesmo, um sentido de tradição tão profundo quanto a sanjoanina bracarense. Entretanto, ainda que seja atual, revela um comprometimento e dedicação por parte da empresa de comunicação, de seus apoiadores e patrocinadores públicos e privados, em valorizar e preservar as características locais das festas juninas, reveladas nas recorrentes músicas de forró, nas apresentações e disputas de grupos de quadrilhas juninas, nas brincadeiras desta época, nos figurinos utilizados, nas decorações e

comidas típicas.

As inovações no “Arraiá do Ceará” são oscilantes e variam a cada edição. Anualmente costuma haver uma variação na contratação de artistas e bandas, que são escolhidas de acordo com aquelas que estão fazendo mais sucesso no momento. Em muitos anos são realizadas apresentações de quadrilhas juninas infantis, que não disputam entre si, mas garantem o entretenimento do público. O investimento na prática recreativa em outros anos foi percebido com a montagem de uma roda gigante iluminada em pleno Aterro da Praia de Iracema, que divertiu e conquistou os participantes; enquanto que na edição de 2023, o investimento em elementos decorativos e espetaculosos, como a cabine fotográfica 360°, envolveu os brincantes a participarem das atividades propostas.

Assim, nota-se que há ações de reciclagem e aperfeiçoamento nos traços artísticos, recreativos, decorativos e culturais do evento para além da valorização de uma série de elementos ligados aos aspectos históricos dos festejos em honra a São João Batista; mas há, contudo, um esvaziamento (ou mesmo ausência), do sentido religioso desta festa no “Arraiá do Ceará” e também, de modo geral, em toda a cidade de Fortaleza.

Há resistência quanto à perda da tradicionalidade do festejo no Brasil, quando são feitas tentativas de inovações no sentido musical, por exemplo; efeito que parece não repercutir tão negativamente em Portugal, quando abre espaço para padrões musicais mais atualizados e modernos; assim, as polêmicas, críticas e comentários negativos sobre as inovações soam mais suaves no caso português.

Sobre a festa, consideramos que a essência pagão-profana é predominante naquelas manifestações festivas brasileiras quando realizadas fora do contexto religioso propriamente dito da capital cearense, como as igrejas e paróquias católicas, que organizam suas próprias agendas festivas de novenas, cortejos, missas, procissões e demais aspectos religiosos próprios do catolicismo popular para homenagear o santo João Batista.

Ao contrário, em Portugal, no São João de Braga há um equilíbrio e uma maior proporcionalidade dos sentidos festivos, desde as suas origens, passando

pelas alterações e atualizações sofridas, suscitando em adaptações para a modernidade e alcançando a evolução do evento. Cientes de que não é fácil fazer perpetuar uma festa durante tantos anos, conservando o entusiasmo e a euforia de sempre, a organização do evento investe em estratégias inovadoras de reciclagem para garantir o aprimoramento e o aperfeiçoamento do festejo, de modo a renová-lo e torná-lo cada vez mais atraente para outros e diversos tipos de públicos.

No aspecto folkcomunicativo, as emissoras televisivas postas em comparação demonstram uma diferença na divulgação da abordagem midiática sobre os festejos. A portuguesa *Braga TV* geralmente começa a inserir a temática sanjoanina a partir do mês de fevereiro de cada ano, com alguns anúncios iniciais sobre a preparação da festividade e vai intensificando paulatinamente; enquanto que a mídia brasileira, em Fortaleza, começa a explorar o tema mais tardiamente, quando realmente se aproxima o evento de junho. Somente a partir de maio começam alguns poucos informes e algumas matérias jornalísticas sobre o assunto, mas até esta data, outras pautas são privilegiadas. Isso revela uma diferença no processo de construção jornalístico de *agenda setting* dos veículos de mídia dos dois países.

Deste modo, feita a análise qualitativa do fenômeno das festas de São João e sua relação com os meios televisivos das cidades de Braga e Fortaleza, constatamos que há uma importante diversidade dentro do próprio fenômeno, que perpassam por aspectos conjunturais característicos de cada país, pois, ao passo que há uma festa mais concentrada e sistematizada em Portugal, existe uma festa mais difusa e descentralizada no Brasil, evidenciada pelas diferentes extensões dos festejos, cuja duração em dias e a quantidade de pessoas envolvidas e participantes ajudam a assimilar a dimensão da festa em cada localidade e a dinâmica do mapa cultural contemporâneo.

O mapa cultural contemporâneo evidencia a dinâmica cultural, derivada de transformações permanentes, e adaptabilidades para suprir necessidades momentâneas e históricas que passam dos aspectos ligados à sobrevivência, para outros mais subjetivos como a religiosidade, os relacionamentos/afetividades, as festividades, a política, a economia – em movimentos que geram redes culturais, criam formas de expressão, ampliam ou recriam as manifestações tradicionais ou lhe conferem uma autonomia que as desvinculam do original, e oferecem novas conexões com grupos e agentes de localidades e tempos diversos (SCHMIDT, 2013, p. 805 - 806).

Disto, podemos concluir que a festa de São João luso-brasileira, representadas pelo “Arriaiá do Ceará” e pelo “São João de Braga”, são duas festas populares de massa, que atraem multidões e se complementam na medida em que apresentam uma importante diversidade de particularidades culturais do Brasil e de Portugal. Heterogêneas nas atrações, mas homogêneas na essência, as festividades luso-brasileiras comunicam simbolismos, movimentam a cultura, preservam o passado, carregam sentimentos e despertam sensações ao público participante.

Grandiosos e midiáticos, os eventos contemporâneos de São João são fundamentalmente fenômenos comunicativos e demonstram possuir um extraordinário potencial capaz de garantir a projeção e elevação econômica, turística e comercial dos respectivos países lusófonos, além de cooperar para o desenvolvimento social das comunidades nas regiões e cidades onde se realizam no eixo Brasil-Portugal.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Karen Cristina Kraemer; SILVA, Rodolfo Sgorla da. **História e Tecnologias da Televisão**. 2012. Disponível em: www.bocc.ubi.pt. Acesso em: 18 abr. de 2023.
- AFONSO, J.A; SILVA, A. M. A Escola do Torne (Vila Nova de Gaia, Portugal, 1883-1922): As festas como práticas educativas. In: M.I. Stamatto; O.M. Neto (Eds). **Práticas educativas, formação e memória** (p. 15-62). Campinas, SP: Mercado das Letras. 2015.
- AGUILETA, Iñaki López de. **Cultura y Ciudad**: Manual de política cultural municipal. Ediciones Trea S.L, Gijón (Astúrias), 2000.
- ALVES, Lícia; CARVALHO, Tiago; FILIPE, Sandra. **O Branding de destino e de cidades**: a marca Viseu. Nº. 3, 22-29. Universidade de Aveiro, 2022. Disponível em: [file:///D:/Usuario/Downloads/29632-Texto%20do%20Trabalho-69022-2-10-20220724%20\(1\).pdf](file:///D:/Usuario/Downloads/29632-Texto%20do%20Trabalho-69022-2-10-20220724%20(1).pdf). Acesso em: 18 de nov. de 2023.
- AMADEU, Sérgio. **Além das redes de colaboração**: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder. Salvador: EDUFBA, 2008.
- AMARAL, Rita de Cássia de Mello Peixoto. **Festa a brasileira**: significados do festejar no “país que não é sério”. 1998. Tese (Doutorado em Ciências/ Antropologia Social) – Departamento de Antropologia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1998.
- AMENDOLA, Mariângela; YOSHIMOTO, Cícera. **Braga, a cidade barroca do Verde Minho e o Turismo de Observação**. 2005. Disponível em: <https://www.unoeste.br/Areas/Graduacao/Content/documentos/32/artigoBRAGA.pdf>. Acesso em: 21 jun. de 2023.
- ANDRADE, José Gabriel; VITORIO, Benalva. Festa Religiosa em Dois Contextos – Brasil e Portugal. In: MARTINS, Moisés de Lemos; SILVA, Rosânia da. (Eds). **Culturas e Turismo**: Reflexões sobre o Património, as Artes e a Comunicação Intercultural. Braga. Editora UMinho/ Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. 2021. p. 136-145.
- ARAÚJO, E.; FERNANDES, A; RIBEIRO, R. A urgência dos ritmos festivos: análise a partir do caso de S. João de Sobrado. In: C. Sales; E. Araújo & R. Costa (Orgs.). **Tempo e sociedade em suspenso**. Lisboa, CIES_Iscte. 2020. p. 143-157.
- ARAÚJO, E.; SILVA, M.; RIBEIRO, R. O tempo da comunidade e o tempo do turismo: notas sobre duas festas. **Revista Lusófona de Estudos Culturais**. 2019. 6(2), p. 89-107. Disponível em: <https://doi.org/10.21814/rlec.2368>. Acesso em: 2 dez. 2021.
- ARAÚJO, Tânia Maria de; LUA, Iracema. O trabalho mudou-se para casa: trabalho remoto no contexto da pandemia de COVID-19. In: **Revista Brasileira de Saúde Ocupacional** (online). 46: e27, ISSN: 2317-6369, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbso/a/LQnfJLrjgrSDKkTnyVfgnQy/?format=pdf&lang=pt>.

Acesso em: 02 de nov. de 2023.

ARISTÓTELES. **A política** – Volume 61. (Coleção a Obra-prima de cada autor). [s.n.]: Martin Claret, 2006.

AUGÉ, Marc. **Le sens des autres**. Actualité de l'anthropologie. Paris, Fayard, 1994.

BANDEIRA, Miguel Melo, 2013. In: FERREIRA, Rui. **O S. João é de Braga: História das maiores e mais antigas sanjoaninas de Portugal**. Associação de Festas de S. João de Braga. Braga, 2014.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reta e Augusto Pinheiro. Lisboa, Lisboa edições, 1977.

BARROSO, Hayesca Costa. "**Dança Joaquim com Zabé, Luiz com Iaiá, dança Janjão com Raqué e eu com Sinhá**": a espetacularização da festa e o caráter performativo do gênero nos festejos. 2019. 169f. - Tese (Doutorado) - Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Programa de Pós-graduação em Sociologia, Fortaleza, 2019.

BECKER, B., MATEUS, L. **TV 1.9: a experiência das WebTVs universitárias**. Revista de Cultura Audiovisual, n. 36, 2011, p. 153-171.

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

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: teoria e metodologia**. Cátedra Unesco/UMESP, 2004.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias**. Coleção Comunicação, v. 12. Porto Alegre: Edipucrs, 2001, p. 73-80.

BITTENCOURT, Maíra Carneiro. **A TV na Web: Uma análise dos portais de transmissão de televisão digital online, sob a perspectiva da Economia Política da Comunicação**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo (RS), 2010.

BOTELHO, Daira Martins. **Cultura Popular na Sociedade Midiática segundo José Marques de Melo**. In: MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (orgs.). **Metamorfose da Folkcomunicação: Antologia Brasileira**. São Paulo: Editae Cultural, 2013.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Editora Bertrand Brasil S.A. Rio de Janeiro, 1989. Disponível em: <https://nepegeo.paginas.ufsc.br/files/2018/06/BOURDIEU-Pierre.-O-poder-simb%C3%B3lico.pdf>. Acesso em: 18 de nov. de 2023.

BRAGA, Robson da Silva. **Eu era feio, agora tenho carro: encenações e práticas de consumo em clubes de forró de Fortaleza**. 2015. Tese (Doutorado em

Comunicação e Informação) Programa de Pós- Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

BRANDÃO, Eduardo Rangel; RODRIGUES, Claudia Renata Mont'alvão Bastos. **Rotinas de uso de computadores, smartphones e/ou tablets para acessar formatos de conteúdos relacionados à TV sob o ponto de vista do design centrado no usuário.** Tese (Doutorado em Artes & Design) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2015.

BRASIL. Constituição. **Constituição da República Federativa do Brasil.** Artigo 221, incisos II e III. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história Social da Mídia:** de Gutemberg à Internet. Rio de Janeiro, Ed. Jorge Zahar, 2006.

BRZEZINSKI, Iria; LIMA, Maria Eliene; MENEZES JÚNIOR, Antônio da Silva. **Cidadania:** Sentidos e Significados. EDUCERE. XIV Congresso Nacional de Educação. Curitiba (PR), 2019.

CABEZA, Manuel Cuenca. **Ocio Humanista: Dimensiones y manifestaciones actuales del ocio.** Editora Universidad de Deusto, Bilbao, Documentos de Estudios de Ocio, nº 16, 2000.

CABEZA, Manuel Cuenca. **Retos actuales de los estudios de Ocio.** In: SÁNCHEZ, María Jesús Monteagudo. **El ocio en la investigación actual:** Una lectura desde âmbitos, disciplinas, grupos de población y contextos geográficos. Editora Universidad de Deusto, Bilbao, Documentos de Estudios de Ocio, número 32, 2007.

CÁDIMA, Francisco Rui. Televisão: das origens ao multimédia e à interactividade. In: **O Fenómeno Televisivo.** Lisboa: Círculo de Leitores, 1995.

CARDOSO, Yasmin; NEVES, Soriany. Evidências folkcomunicacionais e folkmediáticas no boi de Rua de Parintins. In: **RELEM:** Revista Eletrônica Mutações, julho – dezembro, 2013. Disponível em: <https://www.periodicos.ufam.edu.br/index.php/relem/article/view/562/pdf> . Acesso em: 01 fev. de 2024.

CARVALHO, Alissa Cendi Vale de. **A(s) Fortaleza(s) da Copa do Mundo:** Representações Sociais da cidade-sede no Jornalismo Local. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Instituto de Cultura e Arte, Universidade Federal do Ceará. Fortaleza, 2017.

CARVALHO, Bruna Franco Castelo Branco. **O Regionalismo Nordestino em pauta na TV Diário:** a Folkcomunicação no contexto da televisão local. (Mestrado em Comunicação). Instituto de Cultura e Arte. Universidade Federal do Ceará. Fortaleza, 2019.

CARVALHO, Helena Paula Abreu de. **O povoamento romano na fachada ocidental do *Conventus Bracaraensis*.** Tese de Doutorado em Arqueologia. Instituto de Ciências Sociais - Universidade do Minho, 2008.

CARVALHO, Helena; MARTINS, Manuela. **A fundação de Bracara Augusta no contexto da política a de Auguston** - Urbanismo e povoamento rural. Gerión, Vol. 35, 2017, p. 723-743.

CARVALHO, Helena; MARTINS, Manuela. As transformações do território: Bracara Augusta e o seu cadastro. Universidade do Minho. **Revista de Historiografia**. 25, 2016, p. 219-243.

CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil**. O longo Caminho. 3ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

CARVALHO, Samantha Viana Castelo Branco Rocha; NOLETO, Amanda Laís. TV Regional: um estudo do processo de regionalização da TV Meio Norte (PI). In: **Revista Internacional de Folkcomunicação (RIF)**. Ponta Grossa/PR Volume 20, Número 45, p.35-54, jul./dez.2022.

CASCUDO, Luís da Câmara. **Dicionário do folclore brasileiro**. Rio de Janeiro: Edições de Ouro, 1969.

CASHMORE, Ellis. **E a televisão se fez**. São Paulo: Summus, 1998.

CASTELLS, Manuel, BORJA, Jordi. As Cidades como atores políticos. Tradução do espanhol: Omar Ribeiro Thomaz. In: **Novos Estudos CEBRAP**. N.º 45, julho 1996, p. 152-166.

CASTRO, Jânio Roque Barros de. **Da casa à praça pública: a espetacularização das festas juninas no espaço urbano**. Salvador, EDUFBA, 2012.

CAVALCANTI, Maria Laura; GONÇALVES, Renata de Sá. **A falta que a festa faz: celebrações populares e antropologia na pandemia**. Série Livros Digital nº 23. Rio de Janeiro: Museu Nacional, 2021.

CHIANCA, Luciana. Pula a fogueira, João! Resistindo a disputas entre a Igreja e os ritos pagãos, o fogo do santo se manteve aceso e hoje alimenta 'a mais brasileira das festas'. In: **Revista de História**, 2009. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20160415112859/http://rhbn.com.br/secao/capa/pula-a-fogueira-joao>. Acesso em: 02 de jun. de 2023.

CHIANCA, Luciana. **Chama que não se apaga**. Revista de História da Biblioteca Nacional. São Paulo: Biblioteca Nacional, nº 45, 2009b.

COELHO, Teixeira. **O que é Indústria Cultural**. Coleção Primeiros Passos. 35ª edição. Brasília. Editora Brasiliense, 1993.

CONTRERA, Malena Segura; MORO, Marcela. Vertigem mediática nos megaeventos musicais. In: **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. E-compós, Brasília, v.11, n.1, jan./abr. 2008. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/221/262>. Acesso em: 10 dez. 2021.

COSTA, Joaquim; GONÇALVES, Albertino; Paula Cristina, REMOALDO. **Minho - Traços de identidade**. Universidade do Minho, Braga, 2009.

COSTA, Maria Clélia Lustosa. Fortaleza, capital do Ceará: transformações no espaço urbano ao longo do século XIX. In: **Revista do Instituto do Ceará**, 2014. Disponível em: https://www.institutodoceara.org.br/revista/Rev-apresentacao/RevPorAno/2014/03_FortalezacapitaldoCeara.pdf. Acesso em: 20 set. de 2023.

CRUZ, Adriano; OLIVEIRA, F. Isaac D. de (Orgs.). **Dicionário de Comunicação Organizacional**. Parnamirim, RN: Editora Biblioteca Ocidente, 2024.

DANTAS, Marcelo; DAVEL, Eduardo. Festas Populares na Bahia: gestão e dinâmica identitária. In: **PragMATIZES** - Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura. Ano 9, número 17, semestral, abr/2019 a set/2019. Disponível em: <http://periodicos.uff.br/pragmatizes>. Acesso em: 16 dez. 2021.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Versão para eBook, 2003. Disponível em: <https://cisc.org.br/portal/jdownloads/DEBORD%20Guy/comentariosociespeticulo.pdf>. Acesso em: 14 de nov. de 2023.

DIEGUES JÚNIOR, Manuel. Regiões Culturais para o estudo do Folclore Brasileiro. In: **Revista Brasileira de Folclore**, v. 10, n. 28, set-dez, 1970, p. 204-214.

DIEGUES JÚNIOR, Manuel. Regiões culturais para o estudo do folclore brasileiro. In: MARQUES DE MELO, José; Fernandes, Guilherme Moreira. (org.) **Metamorfose da folkcomunicação** – Antologia brasileira. São Paulo: EditaE Cultural, 2013.

DOMINGUEZ, María Eugenia. **Um lugar onde se achar** - Deslocamentos e rituais entre os Guarani do Chaco boreal paraguaio. *Revista de Antropologia (Online)*, v. 63 n. 2: e157328. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/ra/article/view/157328/167895>. Acesso em 12 de out. de 2023.

DRAPER III, Jack A. **Forró e o Regionalismo Redentor do Nordeste Brasileiro: música popular em uma cultura de migração**. Tradução de Newton Milanez. 1ªed. São Paulo. Intermeios, 2014.

FABBRI JÚNIOR, Duilio. **A tensão entre o global e Local: Os limites de um noticiário regional na TV**. Campinas, SP. Akademica, 2006.

FARIAS, Airton de. **História do Ceará**. 7ª ed. revisada e ampliada. Fortaleza. Armazém da Cultura, 2018.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. Tradução Júlio Assis Simões. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERREIRA, Ângela Maria Martins; GARCÍA, José Álvarez; RAMA, María de la Cruz del Río. Megaeventos y sus Efectos en el Turismo y en la Sociedad. Estudio de Caso: Guimarães. In: CARREÓN, Gustavo Alfonso Gutiérrez; FIGUEROA, Evaristo Galena; JIMÉNEZ, Marco Alberto Valenzo; LUGO, Pedro Chávez; SILVA, Virginia Hernández (Orgs.). **Gestión de la Sustentabilidad y el Desarrollo Organizacional**. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Morelia, Michoacán, México, 2015.

FERREIRA, Rui. **O S. João é de Braga**. Associação de Festas de S. João de Braga, Braga, 2014.

FESTA, Regina, SANTORO, Luiz Fernando. A terceira idade da TV: o local e o internacional. In: NOVAES, Adauto. (Org.). **Rede imaginária: televisão e democracia**. São Paulo: Companhia das Letras. Secretaria Municipal de Cultura, 1991.

FIDALGO, António; GRADIM, Anabela. **Manual de Semiótica**. Universidade da Beira Interior Edições. Covilhã, Portugal, 2005.

FIGUEIREDO, Rafaela Ibiapina. **Televisão brasileira em transição: o encontro com a internet, um estudo de caso do The Voice Brasil**. 2013. 80f. TCC (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de Cultura e Arte, Curso de Graduação em Comunicação Social, Habilitação em Publicidade e Propaganda, Fortaleza (CE), 2013.

FORTUNA, Carlos. Culturas urbanas e espaços públicos: Sobre as cidades e a emergência de um novo paradigma sociológico. In: **Revista Crítica de Ciências Sociais**, 63, 2002, p. 123-148.

FREIRE FILHO, João. **História da Televisão: Teoria e Prática**. Trabalho apresentado ao NP 07 – Comunicação Audiovisual, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa do Intercom, 2004. Disponível em: <https://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/119106480770841596670106571215914498247.pdf>. Acesso em: 28 mar. de 2023.

FREITAS, Ricardo Ferreira. Folia, mediações e megaeventos: breve estudo sobre as representações do Carnaval nos jornais cariocas. **Revista Rumores**. Edição 9, volume 1, Janeiro-Junho de 2011. Disponível em: www3.usp.br/rumores/artigos2.asp?cod_atual=242. Acesso em: 10 dez. 2021.

FREITAS, Ricardo; LINS, Flávio; SANTOS, Maria Helena Carmo dos. Megaeventos: a alquimia incontrolável da cidade. In: **LOGOS DOSSIÊ** – Megaeventos e espaço urbano. Edição 40, n. 24, v.1, 1º semestre 2014.

GALVÃO, Fabrício Scaff. **Não é TV, é uma nova mídia** - O processo migratório do analógico para o digital, 2007. Disponível em: <https://www.bocc.ubi.pt/pag/galvao-fabricio-nao-tv-uma-nova-midia.pdf>. Acesso em: 14 abr. de 2023.

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1989.

GIRÃO, Raimundo. **A Declaração**. Revista do Instituto do Ceará, 1984. Disponível em: <https://www.institutodoceara.org.br/revista/Rev-apresentacao/RevPorAno/1984TE/1984TE-ADeclaracao.pdf>. Acesso em: 24 de maio de 2023.

GOBBI, Maria Cristina; KERBAUY, Miceli (orgs.). **Televisão digital: informação e conhecimento**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.

GOMES, Carina Sousa. **A cidade, o turismo e a (re)invenção dos lugares: Ausências e emergências nos imaginários turísticos urbanos**. Centro de Estudos Sociais, Laboratório Associado. Faculdade de Economia, Universidade de Coimbra. Oficina do CES, v. 366, p. 1-20, 2011.

GRAYLING, A. C. Epistemologia. In: **Compêndio de Filosofia**. BUNNIN, Nicholas e E. P. Tsui-James (orgs.). São Paulo: Loyola, 2000.

GUERRA, Elaine Linhares de Assis. **Manual de Pesquisa Qualitativa**. Grupo Ânima Educação. Belo Horizonte, 2014.

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

HALL, Stuart. A questão multicultural. In: **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Organização Liv Sovik. Trad.: Adelaide La Guardia Resende; Ana Carolina Escosteguy; Cláudia Álvarez; Francisco Rüdiger; Sayonara Amaral. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.

HARVEY, David. O Direito à cidade. In: **Lutas Sociais**. São Paulo, n.29, jul./dez. 2012, p.73-89.

HARTLEY, John. **Creative Industries**. London: Blackwell, 2005.

HJARVARD, Stig. **Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural**, Matrizes, vol. 5, núm. 2. 2012.

IGLESIAS, Alberto Míguez. **Ciudades intermedias y Calidad de vida**. Tesis Doctoral. Universidad de Santiago de Compostela, 2010.

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

JIAQI, Lin. **Festas tradicionais de Portugal e da China**. Universidade do Minho. Braga, 2021. (dissertação de mestrado). Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/71313>. Acesso em: 12 de dez. de 2021.

KILPP, Suzana. **Para entender o que são web TVs: primeiras buscas**. São Paulo, Intercom – rbcc. V.39, n.2, maio/ago 2016, p.49-63.

KOO, Lawrence. **O Papel da Web 3.0 no consumo contemporâneo**. Revista Pensamento e Realidade, v. 24 n. 2, São Paulo, PUC-SP, 2009.

LEAL, Ângela Barros. **Praça Portugal: Um laço entre Portugal e o Ceará.** Terra da Luz Editorial, Fortaleza, 2019.

LEFÈVBRE, Henri. **O Direito à cidade.** Ed. Centauro, Tradução de Rubens Eduardo Frias. São Paulo, 2001.

LEITE, Thiago Bittencourt de Moraes Mateus. **TELEVISÃO NO BRASIL: PAPEL SOCIAL NO PASSADO, PRESENTE E FUTURO.** MBA em Gestão de Serviços de Telecomunicações - Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 63 p., 2018.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** (Trad. Carlos Irineu da Costa). São Paulo: Editora 34, 2009.

LIMA, Maria Érica de Oliveira; LOPES, John William. Uma atualização da mídia regional: Rede Somzoom Sat dez anos depois (2005-2015). In: **Revista Rádio-Leituras.** Mariana-MG, v. 07, n. 01, jan./jun. 2016. p. 207-225. Disponível em: <http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>. Acesso em: 20 de out. de 2023.

LIMA, Maria Érica de Oliveira; PINTO, Manuel; RIBEIRO, Rita. Nota introdutória: ressignificações da festa e identidades comunitárias. In: **Revista Lusófona de Estudos Culturais / Lusophone Journal of Cultural Studies**, vol. 6, n. 2, 2019, p. 7-14. Disponível em: <https://doi.org/10.21814/rlec.2365>. Acesso em 6 dez 2021.

LIMEIRA, Tania M. Vidigal. **E-marketing.** 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

LIMONADE, Ester. Reflexões sobre o Espaço, o Urbano e a Urbanização. In: **GEOgraphia – Ano 1 – Nº 1**, 1999.

LUCENA FILHO, Severino Alves de. **Festa junina em Portugal: marcas culturais no contexto do Folkmarketing.** João Pessoa: Editora UFPB, 2012.

LUCENA FILHO, Severino Alves. Folkmarketing. In: MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (orgs.). **Metamorfose da Folkcomunicação – Antologia Brasileira.** Editae Cultural, 2013.

LUCENA FILHO, Severino Alves; SANTANA, Flávio Menezes. A Queijadinha de Dona Marieta em São Cristóvão/SE no Contexto do Folkturismo como Estratégia para o Desenvolvimento Local. In: **Revista Internacional de Folkcomunicação (RIF)**, Ponta Grossa/ PR Volume 16, Número 36, Janeiro/Junho 2018, p. 251-268.

LUYTEN, Joseph M. Folkmídia, nova acepção da palavra. In: **ANAIS do XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM)**, Salvador, 2002.

MACHADO, Arlindo. **A Televisão levada a sério.** 6. Ed. São Paulo: Senac, 2014.

MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; SATHLER, Luciano (orgs.). **Mídia Cidadã: utopia brasileira.** São Bernardo do Campo - SP: Umesp. 2006, p.

127-138.

MATIAS, M. Os efeitos dos megaeventos esportivos nas cidades. In: **Turismo e Sociedade**, 2008. Disponível em: <http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/turismo/article/view/12934/8732>. Acesso em: 13 dez. 2021.

MATTOS, CLG. A abordagem etnográfica na investigação científica. In MATTOS, CLG., and CASTRO, PA., (orgs). **Etnografia e educação: conceitos e usos** [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2011, p. 49-83.

MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (orgs). **Mediação & midiatização** [online]. Salvador: EDUFBA, 2012.

MEIRINHOS, Manuel; OSÓRIO, António. O estudo de caso como estratégia de investigação em educação. In: **EDUSER: revista de educação**, Vol. 2, Inovação, Investigação em Educação, 2010.

MENDONÇA, Rhayssa; TEMER, Ana Carolina. A agenda setting: os meios de comunicação como construtores da realidade social. In: **Comun. & Inf.**, Goiânia, GO, v. 18, n. 1, jan./jun. 2015, p. 192-207. Caderno Casadinho Procad UFG – UFRJ. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/download/81147>. Acesso em: 04 de out. de 2023.

MEYER, Sergio Nazaré de Sá Duque Estrada. **Da TV Broadcasting à WebTV: um Modelo de Televisão Viável**. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Sistemas e Computação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Rio de Janeiro: 126 p., 2013.

MILHEIRO, Maria Manuela de Campos. **Braga: a cidade e a festa no século XVIII**. Guimarães: NEPS, D.L. 2003.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento**. 11 ed. São Paulo: Hucitec, 2008.

MUYLAERT, Roberto. **Marketing cultural & comunicação dirigida**. São Paulo: Globo, 1993.

NOGUEIRA, Carlos Eduardo Vasconcelos. **Tempo, progresso, memória: um olhar para o passado na Fortaleza dos anos trinta**. (Dissertação de Mestrado em História UFC), Fortaleza, 2006.

NOGUEIRA, Fabrício Lima. **Ibope: TV digital interativa, Social TV e os novos métodos de aferição de audiência**. Monografia (Graduação em Comunicação Social/Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO. Rio de Janeiro, 2016.

PARK, Robert Ezra. A cidade: sugestões para a investigação do comportamento humano no meio urbano. Tradução de Sérgio Magalhães Santeiro. In: VELHO, Otávio G.(org.) - **O Fenômeno Urbano**. Rio de Janeiro: Ed. Guanabara, 1967.

PARK, Robert. **On Social Control and Collective Behavior**. Chicago. 1967.

PEREIRA, Adriana Soares [et al.]. **Metodologia da pesquisa científica** [recurso eletrônico]. 1 e-book. 1ª Edição. UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA.– Santa Maria, RS: UFSM, 2018.

PHILO, C. ; KEARNS, J. (eds). **Selling Places: the City as Cultural Capital Past and Present**. Pergamon Press, Oxford. 1993.

PINTO, José Ribeiro. **O traje e o trajar popular no baixo Minho: Finais do séc.XIX – primeiras décadas do séc XX**. Mosteiro de São Martinho de Tibães, Rusga de S. Vicente de Braga. Braga, 2005.

PINTO, Manuel. **A Bugiada: festa, luta e comunicação**. Comunicação apresentada ao IV LUSOCOM – Encontro Lusófono de Ciências da Comunicação, realizado em São Vicente, SP/Brasil, de 19 a 22 de Abril de 2000, subordinado ao tema Comunicação Intercultural - 500 anos de mestiçagem luso-afro-ásio-brasileira, 2000. Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/simple-search?query=cultura>. Acesso em: 18 nov. 2021.

POCIÑA, Juan Coira. **A Cultura Popular na Galícia Medieval: ócio e devocións**. Tese de Doutoramento – Departamento de História Medieval e Moderna, Faculdade de Xeografía e Historia. Universidade de Santiago de Compostela, 2015.

PRIORE, Mary del. **Festas e Utopias no Brasil Colonial**. Ed. Brasiliense, São Paulo, 1994.

RANGEL, Lúcia Helena Vitalli. **Festas juninas, festas de São João: origens, tradições e história**. São Paulo: Publishing Solutions, 2008.

REBOREDO, Xosé Manuel González. **A festa de San Xoán**. Vigo: Ir indo, D.L. 1989.

RIBEIRO, Daniela Costa. **WebTV: Perspectivas para Construções Sociais Coletivas**, 2009. Disponível em: www.bocc.ubi.pt. Acesso em: 18 abr. de 2023.

RIBEIRO, Rita. Cultura popular: uma revisitação conceptual. In: M. L. Martins & I. Macedo (Eds.). **Políticas da língua, da comunicação e da cultura no espaço lusófono**. V. N. Famalicão: Húmus, 2019, p. 107-115.

ROMERO, Laura Silva. **Home Office do início da pandemia aos dias atuais**. (Trabalho de Conclusão de Curso). Universidade São Judas Tadeu. São Paulo, 2022. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/28163/1/TCC%20Laura%20Romero%20-%20818135447.pdf>. Acesso em: 06 de nov. de 2023.

SÁ, Teresa. Lugares e Não Lugares em Marc Augé. Tempo Social. In: **Revista de Sociologia da USP**, v. 26, n. 2, 2014.

SACK, R. D. **Human territoriality: its theory and history**. London: Cambridge University Press, 1986.

SAMPAIO, Valdeci Cira Figueira; TAVARES, Cristiano Vianna C. Castellão.

MARKETING DIGITAL: O poder de influência das redes sociais na decisão de compra do consumidor universitário da cidade de Juazeiro do Norte-CE, 2016.

Disponível em:

https://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/artigo_cira_e_cristiano_0.pdf.

Acesso em: 10 de nov. de 2023.

SAMPER, Sergio de Zubiría; TRUJILLO, Ignacio Abello, TABARES, Marta.

Conceptos básicos de Administración y gestión cultural. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Madrid, 2ª edição, 2001.

SAMPIERI, Roberto Hernández. **Metodología de la Investigación**. 6ª edição.

McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. México, 2014.

SANCHEZ, Fernanda. A Reinvenção das cidades na virada de século: Agentes, estratégias e escalas de ação política. In: **Revista de Sociologia Política**. Curitiba, 16, jun. 2001, p. 31-49.

SANTOS, Alexandre Eduardo. Do Surgimento da cidade ao processo de Conurbação: Elementos teóricos para análise. **Anais do VII Congresso Brasileiro de Geógrafos**. Vitória, Espírito Santo, 2014.

SANTOS, Sérgio Denicoli dos. **A implementação da Televisão Digital Terrestre em Portugal**. Tese (Doutoramento em Ciências da Comunicação) - Especialidade de Sociologia da Comunicação e da Informação. Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, 2012.

SCHMIDT, Cristina. Cognição: Processos comunicacionais grafam o mapa cultural contemporâneo. In: MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (orgs.). **Metamorfose da Folkcomunicação: Antologia Brasileira**. São Paulo: Editae Cultural, 2013.

SCHNEIDER, Sergio; SCHIMITT, Cláudia Job. **O uso do método comparativo nas Ciências Sociais**. Cadernos de Sociologia, Porto Alegre, v. 9, 1998, p. 49-87.

SIGRIST, Marlei. Híbridação. In: MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (orgs.). **Metamorfose da Folkcomunicação: Antologia Brasileira**. São Paulo: Editae Cultural, 2013, p. 652-661.

SILVA, Alexandre Dutra da; LUCENA FILHO, Severino Alves. Folkcomunicação e desenvolvimento local: um estudo sobre a Aruenda da Saudade e suas contribuições para o Folkoturismo no município de Pitimbu-PB. In: **Revista Internacional de Folkcomunicação (RIF)**. Ponta Grossa/PR Volume 18, Número 40, Janeiro/Junho 2020, p. 214-233.

SILVA, Expedito Leandro. **Forró no Asfalto: mercado e identidade sociocultural**. São

Paulo: Annablume. 2003.

SILVA, Juliana Hermenegildo da. **Quadrilha Junina Babaçu: processos folkcomunicacionais, identidade e representações culturais**. 2017. 97f. Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia) - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2017.

SILVA, Priscila Roberta Soares da. **A patrimonialização das festas populares: um estudo de caso da Bugiada e Mouriscada (Portugal) e do Pastoril (Brasil)**. Dissertação de Mestrado. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho. Braga, 2020. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/67927>. Acesso em: 04 dez. de 2021.

SIMMEL, Georg. [1903]. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, Otávio Guilherme (org.). **O fenômeno urbano**. 1967.

SOBRAL, Filomena Antunes. **Televisão em Contexto Português: uma abordagem histórica e prospetiva**. Millenium, 42 (janeiro/junho), 2012, p. 143-159.

SODRÉ, Muniz. **A máquina de Narciso: televisão, indivíduo e poder no Brasil**. Rio de Janeiro. Ed. Achiamé, 1984.

SOLLA, José Manuel Santos. Fiestas, ferias y mercados de Galicia. In: **SÉMATA, Ciências Sociais e Humanidades**, núm. 6: El Rostro y el Discurso de la Fiesta. ISBN 84-8121-190-7, 1994, p. 297-309.

SOTO, Cornélio Águila. **Sobre el ocio y la Posmodernidad: Un análisis sociocrítico**. Wanceulen Editorlal Deportiva, 1ª edição, Sevilla, 2007.

SOUSA, Bruno Marinoni Ribeiro de. Verdes Mares: a ideologia da Sereia. In: **Cenários da Comunicação**. São Paulo, v. 7, n.1, 2008, p. 31-38.

SOUZA, Marcos Felipe Sudré. **A festa e a cidade: experiência coletiva, poder e excedente no espaço urbano**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2013.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus Editorial, 2004.

SOUZA, Maria Isabel Amphilo Rodrigues de. **A Indústria Cultural e a Folkmídia**. 2003. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/230898912_A_industria_cultural_e_a_folkmidia. Acesso em: 14 dez 2021.

SOUZA NETO, Francisco Benjamin de. Do Sagrado ao Lúdico: A Festa do Asno. In: **Trans/Form/Ação**, São Paulo, 21/22, 1998/1999, p. 21-26.

TEIXEIRA, Lauro H. P. **Televisão Digital: Interação e Usabilidade**. Dissertação (Mestrado em Comunicação). UNESP - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. Bauru (SP), 2008.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **A espetacularização das culturas populares ou produtos culturais folkmediáticos**. Comunicação apresentada no Seminário Nacional de Políticas Públicas para as Culturas Populares, Brasília, DF, 2005.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. A espetacularização das culturas populares ou produtos culturais folkmediáticos. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE FOLCLORE, Metodologia da pesquisa em folclore, preservação dos bens da cultura imaterial**, 11, 2004, Goiânia. Anais. Goiânia: Editora Kelps, 2004, p. 87-96.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. A Folkcomunicação e os Ativistas Midiáticos. In: MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (orgs.). **Metamorfose da Folkcomunicação**: Antologia Brasileira. São Paulo: Editae Cultural, 2013.

VANDERLEY, Paulo. **Luiz Gonzaga**: 110 anos do nascimento. Recife, PE, Viu Cine, 2022.

VIZCAYA, Rosa Benigna; VIDAL, Francisco A. **Dos fastos ós festexos – dos antigos mitos á religiosidade galega**. Editorial Toxosoutos, Serie Keltia, 2009.

VITORIO, V.; ANDRADE, J. G. Festa religiosa em dois contextos – Brasil e Portugal. In M. L. Martins & R. Silva (Eds.). In: **Culturas e turismo**: Reflexões sobre o património, as artes e a comunicação intercultural. UMinho Editora/Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. 2021, p. 136-145. Disponível em: <https://doi.org/10.21814/uminho.ed.48.14>. Acesso em: 12 dez. de 2021.

WEBER, Max. Conceito e categorias da cidade. Tradução de Antônio Carlos Pinto Peixoto. In: VELHO, Otávio G.(org.). **O Fenômeno Urbano**. Rio de Janeiro: Ed. Guanabara, 1967.

WIRTH, Louis. O Urbanismo como modo de vida. Tradução de Marina Corrêa Treuherz. In: VELHO, Otávio G.(org.). **O Fenômeno Urbano**. Rio de Janeiro: Ed. Guanabara, 1967.

WOITOWICZ, K. J. Exclusão e resistência cultural. In: GADINI, S. L.; WOITOWICZ, K. J. (Orgs.). **Noções básicas de Folkcomunicação**: Uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. 1ª ed. v. 1, Ponta Grossa/PR: Editora UEPG, 2007, p. 150-153.

XAVIER, Natália. Crossmedia. In: CRUZ, Adriano. **Dicionário de Organização Comunicacional**. Editora Biblioteca Ocidente, Parnamirim (RN), 2024.

YIN, Robert. **Estudo de Caso**. Planejamento e Métodos. Porto Alegre: Bookman. 2005.

ZANELLA, Liane Carly Hermes. **Metodologia de pesquisa**. 2. ed. reimp. – Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/UFSC, 2013.

**APÊNDICE A – ROTEIRO-BASE DA ENTREVISTA REALIZADA COM RUI
FERREIRA - BRACARÓLOGO E ESTUDIOSO DAS FESTAS DE SÃO JOÃO DE
BRAGA – 23/02/2022**

Perguntas: O que é o São João de Braga? Como funciona a festa? O que a festa representa para a cidade? O que ela modifica na cidade? Quando e como a festa começou? O senhor considera a festa de São João de Braga com aspectos mais sagrados ou mais profanos? Ou os dois? E por quê? Qual a diferença entre esses termos? Quem participa dessa festa (a Igreja e/ou quais outros setores)? Qual apoio institucional a festa recebe (Câmara, agentes públicos, privados, patrocinadores)? O senhor tem conhecimento sobre como funciona a Associação AFSJB? Qual o comportamento das pessoas da cidade nos dias do evento? Quais as mudanças mais significativas ocorridas no turismo bracarense? E como tem sido o envolvimento da festividade nas redes sociais? Qual a diferença para o São João do Porto (há rivalidade entre elas)? Como se destacar no grande cenário festivo em Portugal? O senhor concorda com o *slogan* de que o São João de Braga é “A Maior festa popular de Portugal”?

**APÊNDICE B – ROTEIRO-BASE DA ENTREVISTA REALIZADA COM ANDRÉ
MARCOS - SECRETÁRIO DA DIREÇÃO DA ASSOCIAÇÃO DE FESTAS DO SÃO
JOÃO DE BRAGA – 24/02/2022**

Perguntas: O senhor está como Secretário da Direção da AFSJB desde quando? Como chegou a esse cargo? Como funciona a AFSJB (há hierarquias)? É uma instituição que existe há quanto tempo? Com o sem fins lucrativos? Como se mantêm? Como conseguem os trajes, os instrumentos, os adereços? Tem apoios institucionais? De quem? E os ensaios, como funcionam, com que frequência? Onde se reúnem para deliberações? A Associação tem Sede própria? Há financiamento institucional (apoio da Igreja, da comunidade, da iniciativa pública/ privada)? Como a comunidade se comunica ao longo do ano com a festa? Como organizam uma equipe de colaboradores e voluntários? Quanto tempo de antecedência é necessário para organizar cada edição anual? A Festa e a Associação pautam a mídia nacional? Qual o nível de profissionalismo dos produtores da Associação? Há grande preocupação com a criação de objetos e produtos que marcam a identidade da festa (Marketing)? Qual a diferença para o São João do Porto (há rivalidade entre elas)? Como se destacar no grande cenário festivo em Portugal? O senhor concorda com o *slogan* de que o São João de Braga é “A Maior festa popular de Portugal”?

**APÊNDICE C – ROTEIRO-BASE DA ENTREVISTA REALIZADA COM RAINARAH
FONTENELLE – COORDENADORA DE EVENTOS DO SISTEMA VERDES
MARES – 03/06/2022**

Perguntas: O que é o “Arraiá do Ceará”? Desde quando ele acontece? Como funciona a festa? O que considera que a festa representa para a cidade? O que ela modifica na cidade? Quando e como a festa começou? Como é o processo de produção/realização deste evento? Quais os agentes (públicos e/ou privados) que ajudam/participam da organização do evento? Como os meios de comunicação do Sistema Verdes Mares pautam sua programação a partir do “Arraiá do Ceará”? Qual a justificativa para a não ocorrência da edição do evento em 2022?

APÊNDICE D – ROTEIRO-BASE DA ENTREVISTA REALIZADA COM JOSÉ PINTO – 5 MANDATOS COMO PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO RUSGA DE SÃO VICENTE DE BRAGA, GRUPO ETNOGRÁFICO DO BAIXO MINHO - 22/02/2022.

Perguntas: O que é a Rusga de São Vicente? O que ela significa? É uma tradição de quanto tempo? Como é o envolvimento religioso por parte da Igreja na festa? Porque o senhor faz parte desse grupo? Há quanto tempo? Há interesse em conservar essa tradição por parte dos jovens (novas gerações)? Por quê? Como funciona a preparação para as apresentações? Quantas vezes se apresentam no São João? Quais dias? E fora do São João, também se apresentam? Por onde percorrem? Quem acompanha (público)? Como é o cotidiano da festa? Como o senhor vê a diversão entre os diferentes grupos sociais (velhos, jovens, famílias)? Qual o horário das apresentações? Tem música, bebida, gastronomia? Além da página no *Facebook* (Rusga De S. Vicente De Braga. Grupo Etnográfico do Baixo Minho), o grupo está em outras redes sociais? Quem é o responsável por alimentá-las? Com que frequência? Há alguma hierarquia no grupo? Como se mantêm? Como conseguem os trajes, os instrumentos, os adereços? Tem apoios institucionais? De quem? E os ensaios, como funcionam, com que frequência? Onde se reúnem para deliberações? O grupo tem sede própria? Qual a diferença para o São João do Porto (há rivalidade entre elas)? Como se destacar no grande cenário festivo em Portugal? O senhor concorda com o *slogan* de que o São João de Braga é “A Maior festa popular de Portugal”?

ANEXO A – DOCUMENTO DE PÓS-VENDA DA EDIÇÃO DE 2023 DO “ARRAIÁ DO CEARÁ” – FORTALEZA (BRASIL)

Fonte: TV Verdes Mares



VERDES MARES

+10 MIL

pessoas compareceram
ao Arraiá do Ceará 2023.

Quadrilhas juninas da capital e do interior se apresentaram nos dias 10 e 11 de junho no Quintal do North Shopping Jóquei em mais uma edição desse grande evento, que contou também com cidade cenográfica, espaço infantil e barracas de comidas típicas. Confira todos os detalhes a seguir!



12 GRUPOS DE
QUADRILHAS
JUNINAS

3 GRUPOS
CULTURAS

+1.000

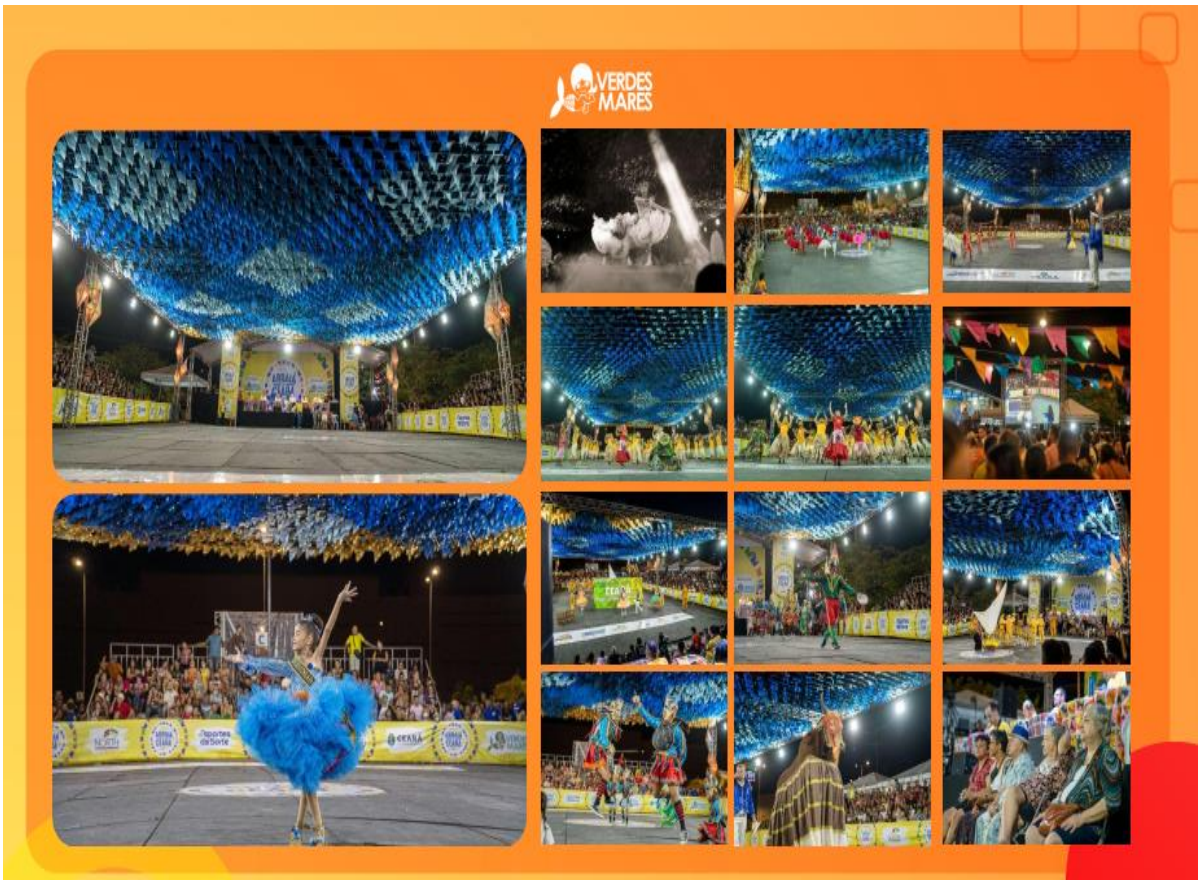
PESSOAS ENVOLVIDAS ENTRE QUADRILHEIROS E PRODUÇÃO



eSPAÇO
infAntil

CIDADE
CENOGRÁFICA

PRAÇA DE
ALIMENTAÇÃO
COM 16 BARRAQUINHAS





**ANEXO B – OUTROS REGISTROS FOTOGRÁFICOS DA EDIÇÃO DE 2023 DO
“SÃO JOÃO DE BRAGA” – BRAGA (PORTUGAL)**

Fonte: Dilson Alexandre

