

O espetáculo e o encantamento nas noites de São João: identidade, mídia e espetacularização

Universidade Federal
do Rio Grande do Norte

Juliana Hermenegildo da Silva
jujuhermenegildo@gmail.com

Universidade Federal do Ceará

Maria Érica de Oliveira Lima
merical@uol.com

Resumen

Dentro de un análisis documental y bibliográfica se demuestra el papel de los medios en la construcción de la identidad del noreste y los procesos de reconfiguración de las manifestaciones populares, tomando como base las fiestas de junio y sus nuevos formatos. Tratamos de comprender los nuevos paradigmas que guían la cultura popular en el noreste y cómo estos fenómenos se solidifica procesos de identidad en la región.

Palabras clave:

Identidad; Medios de Comunicación; Celebraciones Juninos; Espetacularización; Folkcomunicación.

Abstract

Through a document and bibliographic analysis we intend to demonstrate the role of the media in the building of the northeastern identity and in the reconfiguration processes of popular manifestations, based on the June festivities and their new formats. We aim to understand the new paradigms that guide the popular culture in the Northeast and how this phenomena solidify the identity processes in the region.

Keywords:

Identity; Media, June Festivities; Spectacularisation; Folk Communication.

Resumo

Dentro de uma análise documental e bibliográfica buscamos demonstrar o papel da mídia na construção da identidade nordestina e nos processos de reconfigurações das manifestações populares, tomando como base os festejos juninos e seus novos formatos. Buscamos entender os novos paradigmas que norteiam a cultura popular no Nordeste e como esses fenômenos solidificam os processos identitários da região.

Palavras-chave:

Identidade; Mídia; Festejos Juninos; Espetacularização; Folkcomunicação

Introdução

As práticas de comemoração de ritos e celebrações estão associadas a atos profanos festejos sagrados que compõem o imaginário do povo em diferentes lugares do mundo, a região Nordeste não poderia ser diferente. Ao longo do tempo, tais práticas, fizeram parte das transformações culturais da sociedade e em suas relações entre realidade e ficção. São essas práticas que chegam ao presente com diversidades nacionais, regionais e locais, significados, referências e desdobramentos dos processos culturais de apropriações e incorporações de valores simbólicos para a construção de uma identidade.

Para Renato Ortiz (2012: p. 7), toda identidade se define em relação a algo que lhe é exterior, ela é uma diferença, dizer que somos diferentes não basta, é necessário mostrar em que nos identificamos. Nesta afirmativa podemos começar a vislumbrar os primeiros recortes da construção da identidade nordestina, pautada em um discurso midiático de miséria e descaso, oposto ao lugar de industrialização e desenvolvimento representado pela região Sul/Sudeste. O Nordeste é, segundo Albuquerque Junior (1999), uma espacialidade fundada historicamente, originada por uma tradição de pensamento, uma imagística e textos que lhe deram realidade e presença. A construção desta identidade se manifesta principalmente na diversidade da cultura que se instala na região, no momento em que o povo assume suas raízes e se reconhece como igual, na construção de suas memórias enquanto tradição.

Caracterizar o Nordeste enquanto berço de um povo que buscou raízes em um passado de recortes, costurado pela mídia com base em um interesse meramente capitalista, é o interesse desta abordagem, enfatizando principalmente as mudanças na cultura popular nordestina e os aspectos que levam a um possível processo de espetacularização destas manifestações.

Serão as manifestações culturais, mais especificamente os festejos juninos, que retomarão os discursos imagéticos-discursivos da saudade coletiva. Ganhando ares de grandes eventos, são estes festejos que ano após ano trazem de volta inúmeros nordestinos para celebrar os espaços perdidos historicamente.

O papel da mídia na construção da identidade nordestina

A primeira grande aparição do Nordeste na mídia foi durante a seca que alastrou a região entre 1877-1879, nos jornais veiculados na região Sudeste do país. A repercussão foi ocasionada pelos políticos e produtores de algodão e açúcar, que perderam grandes somas de dinheiro e reivindicavam para a região Nordeste o mesmo tratamento que o governo destinava a região Sul, consequentemente abrindo os olhos do país para o problema das inúmeras vítimas do flagelo decorrentes das secas que sempre se alastravam.

O Nordeste, enquanto região, foi criado em 1919 como sendo uma área de atuação da Inspetoria Federal de Obras Contra as Secas (IFOCS) inserido em um discurso institucional, constituindo uma parte do Norte sujeita a estiagens e que por este motivo necessitava de atenção. Os discursos imagéticos aos quais sucederam este momento criaram o recorte do Nordeste imaginário, uma junção entre textos e imagens, características e repetições aleatórias de cenários reais, tendo a mídia como principal difusora.

A região Nordeste como lugar de secas, de misticismo, de folclore e lendas também foi descrita nas páginas dos diversos livros literários do período Naturalista, do fim do século XIX. Este era o retrato do Nordeste no fim do século XIX, uma miséria gerada por um fenômeno nitidamente geográfico.



Imagem 1. A seca do Norte, imagens de alguns jornais do país.

Fonte: www.museudaimagem.com.br

Em um segundo momento no processo de criação e delimitação regional os mesmos latifundiários que cobravam do governo dinheiro começaram a se preocupar com as diversas revoltas das camadas populares, messiânicas, e também a ameaça dos grupos de cangaceiros. Marques de Melo (2011: p. 23) aborda que o “sertão emerge assim como um espaço geocultural cujas as raízes estão fincadas no árido solo calcinado pela falta d’água”, a vida castigada de seus povoadores prevalece como forma de perseverança e teimosia.

Embora as secas sejam parte essencial da região, não eram mais os fatores naturais que definiam sua identidade, são os fatos históricos, e principalmente os de caráter cultural que marcam o desenvolvimento da região Nordeste. Para Albuquerque Junior (1999), é a criação da Faculdade de Direito de Olinda, da atuação do Diário de Pernambuco, a invasão holandesa, a Insurreição Pernambucana, e as revoltas de 1817, 1824, e 1848 que marcam e legitimam o recorte regional e se afastam dos argumentos naturalistas para definir o Nordeste.

Este fenômeno desencadeado por uma busca da identidade regional como enfrentamento a um processo inevitável de universalização contrapôs a globalização do mundo, do início do século XX, as relações sociais, econômicas e capitalistas, aos fluxos culturais advindos da modernidade, permitindo aos indivíduos sociais costurar memórias, inventar tradições e ligar passado, presente e futuro como forma de atribuir sentido a suas existências cada dia mais sem significados.

É assim que se dá a criação do Nordeste como lugar de identidade e memória. Esta construção é idealizada nos cem artigos publicados por Gilberto Freyre no *Diário de Pernambuco*, no *Livro do Nordeste*, publicação de 1925, no Congresso Regionalista do Recife de 1926, nas páginas da revista *O Nordeste* publicada pelo Centro Regionalista do Nordeste entre as décadas de 1920-1930, e pelas inúmeras matérias jornalísticas que os jornais do Sul disponibilizaram sobre a região “Norte” e suas secas. E principalmente pela reverberação dos livros romanescos ambientados na região, tais como; *O quinze* de Raquel de Queiroz, *Os Sertões* de Euclides da Cunha, *Vidas Secas* de Graciliano Ramos, dentre outros.

Para Albuquerque Junior (1999), o Nordeste tradicional é produto da modernidade, e principalmente uma criação da mídia. Produto da modernidade porque esta fez com que os povos que aqui viviam se colocassem em conflito com os novos modelos econômicos e sociais da região Sul, e da mídia pela construção dos recortes e memórias que conhecemos do Nordeste e pela condescendência para com os modelos políticos aplicados a região pelos latifundiários.

Os livros, jornais e revistas do fim do século XIX e início do século XX, alimentavam diariamente a região Sul do país com as histórias das secas e do cangaço, criando um lugar de saudades e lirismo idealizados em elementos da cultura popular e folclórica.

Dentro deste primeiro momento, é possível percebermos recortes imagéticos idealizados pela mídia. O povo, por sua vez, criou códigos culturais populares, códigos tradicionais, e laços afetivos, instaurando novas formas de agir, sentir e ver estas tradições, dando continuidade ao uso de elementos folclóricos já predominantes em seu contexto social, transformando isto em caráter de afirmação no presente.

O surgimento da região Nordeste de forma tão conflituosa refletiu nas configurações das camadas sociais e principalmente em suas manifestações culturais. Se por um lado os produtores e latifundiários queriam manter seus poderes, os menos abastados queriam permanecer vivos, é o momento em que a região se coloca como espaço fechado às mudanças que vêm de fora, tentando defender do seu outro, Sul/Sudeste.

É neste direcionamento que se molda a cultura popular nordestina e suas manifestações, repassando para as gerações futuras suas lutas. É nelas que encontramos a verdadeira história do Nordeste, na transição entre velho e novo os indivíduos tomam consciência da necessidade de construir e buscar algo que acabou ou está por acabar.

Deste modo, é possível afirmarmos que as manifestações culturais são elementos facilitadores da absorção, assim como, refletores dessa identidade regional, capazes de buscar uma integração entre a sociedade patriarcal e latifundiária que se distanciava e a nova sociedade capitalista que chegava. Para Ortiz (2012), a cultura significa também a adequação do homem ao meio ambiente, cultura significa criatividade.

E assim percebemos que as manifestações culturais nordestinas, tais como, festejos, comidas, músicas, danças, e outras se moldaram ao longo dos anos conseguindo manter o elo entre tradicional e moderno, urbano e rural durante todo o século XX até chegar ao século XXI.

Festejos juninos no Nordeste

Durante muitos anos, o homem realizou ritos de passagem, celebração e agradecimento, essas manifestações chegam ao século XXI incorporadas às nossas tradições. Essas práticas ao longo do tempo estavam inseridas nos processos de transformações culturais e religiosas de nossa sociedade, interligando presente e passado, e adicionando valores simbólicos que constroem novas identidades. A identidade entendida aqui como processos culturais que se desenvolvem entre os espaços sociais em dinâmicas constantes como forma de comunicação entre as diferentes camadas sociais e os diversos grupos culturais.

No Nordeste, os festejos juninos caracterizam e sintetizam as diversas celebrações e manifestações dos nove estados que compõem a região. Nestes festejos encontramos o bumba-meu-boi do Maranhão, o frevo de Pernambuco, as comidas derivadas do milho como: bolo de milho, cuscuz, mungunzá, canjica, pamonha, dentre outros.

Os festejos juninos surgiram, segundo Lucena Filho (2012) no Egito nos ritos nos quais os egípcios cultuavam o sol e a fertilidade e que também eram símbolos da colheita. Em seguida este ritual foi incorporado por romanos e difundiu-se pelo continente europeu, com grande ênfase em Portugal e Espanha. Na Europa, estes festejos foram adaptados à cultura local sendo colocados como tradição cristã incluindo a festa de Santo Antônio de Pádua, em 13 de junho, e São Pedro e São Paulo no dia 29 de junho.

No Brasil, os festejos chegaram com a corte portuguesa, restrito inicialmente aos bailes dos palácios e, em seguida, se espalhando nas camadas mais populares, dessas camadas se expandiu para as zonas rurais das diversas regiões do país, encontrando na região Nordeste novas roupagens e uma efervescência católica que ajudaram o desenvolvimento dos festejos de forma singular única. Antropólogos como Rangel (2002), acreditam ser coincidência a

realização destes festejos pela igreja católica exatamente no mesmo período em que os povos que aqui viviam realizavam seus ritos para preparar a terra para novos plantios e celebrar suas colheitas.

Em meados da década de 1980, cidades como Campina Grande/PB e Caruaru/ PE começam a centralizar seus festejos em grandes parques temáticos, em uma junção entre o povo, a iniciativa privada (empresas de diversos ramos), a igreja e o governo, fundindo novos elementos para estes festejos, como veremos mais adiante. Segundo García Canclini (2006), os processos incessantes de práticas e estruturas distintas se combinam para gerar novas estruturas, surgindo da criatividade e inovação coletiva, se configurando em culturas híbridas. “Tais processos podem ocorrer de modo não planejado, ou como resultado imprevisto de processos migratórios, turísticos e de intercâmbio econômico ou comunicacional” (GARCÍA CANCLINI, 2006: p.22).

É nesta perspectiva de hibridismos e inovação que podemos falar dos novos paradigmas que envolvem os festejos juninos e os aspectos sociais implícitos neste processo de reconfiguração, e como as manifestações populares tomaram proporções de espetáculo.

Espetacularização, inovação e consumo

Descrever e caracterizar os festejos juninos na atualidade implica considerar suas características iniciais, de rito religioso e posteriormente de lugar de afirmação da cultura popular do Nordeste. Atentar para as diversas reconfigurações sofridas nos últimos anos, gerado pela mobilidade dos festejos, que saíram do meio rural para se instalar no cenário urbano. A cidade é o lugar em que estes festejos se encontram com uma dimensão simbólica, econômica, de espetáculo, inovação e desenvolvimento local, mas que também sofre com processos de institucionalização de suas diversas manifestações.

O desenvolvimento dos festejos no espaço urbano trouxe para a festa elementos mercadológicos e de caráter de divertimento. Colocar as manifestações dos festejos juninos dentro dos padrões de divertimento e de mercado nos leva ao que Debord (1997) chama como raiz do espetáculo, onde o “terreno da economia se torna abundante” e a mercadoria ocupa toda a vida social e confirmado por Benjamim (2000). A festa do interior chega a cidade, transformando-a em um espaço rurbano¹.

Os números que envolvem os festejos juninos atualmente impressionam. No ano de 2015 a cidade de Campina Grande/PB realizou uma festa com 8 milhões de reais², que tinha como intuito não quebrar uma tradição de 32 anos, ameaçada em decorrência da seca. A cidade de Caruaru/PE, manteve os festejos em um valor estimado de 12 milhões de reais, contribuindo para o aumento da rivalidade entre as duas cidades, que disputam o título de *O maior São João do Mundo*³, durante os trinta dias do mês de junho. A cidade de Fortaleza/CE gastou em shows, cidade cenográfica e festivais de quadrilhas em torno de dez milhões de reais⁴ para a realização de 15 dias de festa. Estes números são apenas os referentes a parte estrutural da festa e os shows envolvidos. Os números oferecidos pelos patrocinadores são astronômicos, são empresas de bebidas, de alimentos, empresas de bandas de forró, vestuário e as emissoras de tvs locais e nacionais envolvidas na festa.

1 Neologismo utilizado por Gilberto Freyre no livro *Novas Reflexões em Torno de uma Reorientação para o Desenvolvimento Brasileiro: a Rurbana*, de 1982, para designar as transições dos espaços rurais e urbanos.

2 Dados da página da prefeitura da cidade de Campina Grande/PB. Disponível em: <http://pmcg.org.br/> acesso 02 de outubro de 2015.

3 Disponível: http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/turismo/2015/06/11/interna_turismo.486208/os-maiores-do-mundo.shtml acesso em 16 de outubro de 2015.

4 Dados da página da prefeitura da cidade de Fortaleza/CE. Disponível em: <http://www.fortaleza.ce.gov.br/> acesso em 02 de outubro de 2015.



Imagem 2 Quadrilha Estação Junina da cidade de Fortaleza/
CE no festival cearense de quadrilhas juninas na cidade de Maracanaú/CE, 2015.
Fonte: Marina Cavalcante

Outro dado que impressiona são os elementos que compõem os festejos e seus gastos, neste caso, as quadrilhas juninas. Segundo dados da União Nordestina das Entidades Juninas (UNEJ), existem aproximadamente 2.930 grupos em todo Nordeste⁵. As quadrilhas são responsáveis por um fluxo considerável de dinheiro e de serem a “cereja do bolo” nos festejos. Segundo Kiko Sampaio presidente da União Junina do estado do Ceará⁶, as quadrilhas movimentam em torno de 20 milhões de reais, somente no estado do Ceará. Estes gastos envolvem compra de materiais para a confecção de roupas, pagamentos com costureiras e bordadeiras, sapateiros, chapeleiros, músicos, e outros elementos para criar suas apresentações para os festejos.

Estes números servem para mostrar a importância destes festejos para a manutenção da cultura local e também para o desenvolvimento da região. A composição da festa está diferente do modelo inicial. Os preparativos começam cada vez mais cedo envolvendo setores econômicos e não econômicos (a comunidade, igrejas, associações, etc.), criando teias produtivas entre os mais diversos setores.

Estes “novos padrões não fazem com que a cultura popular Nordestina, identidade e regionalidade se percam, pois, é regional e atualizada na ocorrência das variantes, que são o resultado da criatividade de sua comunidade” (Benjamim, 2004: p. 22). Esta mudança vem sempre de algo anteriormente construído e vivenciado que em parte permanece no novo. É dentro destas variantes que nasce a originalidade do povo, com o contato com outras culturas e aspectos econômicos.

As manifestações populares do Nordeste transformam-se para atender demandas de mercado de consumo em um mundo globalizado. Para conseguir atender a este segmento de mercado são necessárias mudanças nos processos de apropriação e incorporação dos novos valores estéticos da cultura popular. Para Ortiz (2012: p.123) a ideologia dos empresários da cultura sublinha a dimensão da distribuição e do consumo no lugar da preservação dos bens.

Se olharmos exclusivamente pela ótica de mercado, os festejos juninos hoje se assemelham ao que Debord (1997) considera como espetacularização da cultura, onde existe unicamente um movimento de acumulação, abstração da produção, individualização dos locais,

5 Disponível em: <http://unejnordeste.blogspot.com.br/>

6 O estado detém 25% das quadrilhas do Nordeste. Disponível em: jornal O Estado, matéria sob o título: Festejos injetam 45 milhões no Ceará.

exaurindo tudo o que é de individual e definido do indivíduo. Para Debord (1997), a substituição do ser pelo ter anularia todas as bases sociais e os indivíduos seriam meros espectadores de uma vida permeada por repetições vazias.

As afirmativas de Debord (1997) não se concretizam em termos de anulação das manifestações culturais nordestinas, ao analisarmos percebemos que as mesmas permanecem vivas. A inserção de novas músicas, decoração, divulgação e materiais diversos não faz com que a cultura morra, mas sim sobreviva de outras formas com uma roupagem nova.

Os festejos juninos vivem dois sistemas paralelos, de um lado os promotores locais e a comunidade interessada no caráter lúdico e místicos das manifestações e do outro as mídias, empresas de bebidas e também alguns indivíduos da comunidade que veem nesse momento uma oportunidade de ganho.

A supremacia do conteúdo imagético e das superproduções envolvem tensões outras, lutas constantes de desenvolvimento e a oposição entre campo-cidade com tratados de fins econômicos, que teria como fim anular ambos espaços. A sociedade midiaticizada em que vivemos coloca a cultura popular como campo de abertura para novas produções culturais, novas práticas sociais e novos sistemas de comunicação. Um exemplo disto aconteceu com Luiz Gonzaga em 1940, o “rei do baião” reinventou a música popular nordestina para conseguir inserir-se nas rádios, no cinema e posteriormente ser consagrado na televisão. No início de sua carreira Luiz Gonzaga cantava diversos estilos musicais e não usava a tradicional roupa de vaqueiro, mas teve que “padronizar” um estilo para criar uma identidade para si e se diferenciar como artista.

São inúmeros os exemplos de adequação de um elemento da cultura popular nordestina nas representações para a mídia. Deste modo, é possível afirmar que o Nordeste está vivenciando um momento de novas descobertas econômicas até então não exploradas, visto hoje pela mídia e pelos grandes grupos empresariais como fonte inesgotável de ganho econômico, e sua cultura deve ser consumida pelo maior número de pessoas de forma a ser exibida espetacularmente.

É a sociedade em suas múltiplas reinvenções e ressignificações dos papéis individuais e sociais daqueles que a formam em uma busca constante por elementos catalizadores dos processos de vivências coletivas.

Conclusões

Podemos afirmar com isso que neste momento os processos de reconfigurações pelos quais os festejos juninos estão inseridos não lhes tira suas características regionais e locais. A reinterpretação das festas não fará com que o nordestino deixe de ser nordestino, o processo de globalização não elimina diferenças, mas o que faz é agregar novos valores à identidade nordestina.

A grande mudança e exaltação de sentidos e emoções que interagem e que estão presentes nestes festejos permite uma geração de força contrária ao sentido de dissolução dos vínculos, como afirmava Debord (1997). O que percebemos no fenômeno atual dos festejos juninos são representações identitárias locais, por meio da festa que são (re)atualizadas, ritualizadas e celebradas.

Segundo Benjamim (2004), essas mudanças estão condicionadas a algumas características, tais como aceitação coletiva, tradicionalidade, dinamicidade, funcionalidade e espontaneidade. Os festejos juninos agrupam todos esses critérios no momento em que são de aceitação de todos como manifestação plural da identidade nordestina, agregando também os conceitos de tradicionalidade e funcionalidade, na medida em que funciona para manter a cultura local. Sobretudo agrega a dinamicidade como processo para a não estagnação dessas manifestações.

Os processos de globalização e espetacularização não eliminam as diferenças e nem as desigualdades culturais, pelo contrário, as diversas formas de manifestações culturais se mantêm, os festejos adequam a tradicionalidade oral, o lúdico, o imaginário e as memórias coletivas do povo.

Esses processos de hibridismos e apropriações das tradições e manifestações populares nordestinas pelos grupos midiáticos e por grupos empresariais, não ocorre de forma passiva como afirmou Debord (1997), existem tensionamentos no interior dessas ressignificações por parte de produtores, receptores e mediadores que operam para as práticas da vida cotidiana. As representações adquirem novos significados no cotidiano dos atores sociais, a experiência de esvaziamento dos indivíduos não se concretiza nos festejos juninos, pois a base cultural local ainda permanece como mobilizadora social. Podemos dizer com isso que existe uma cultural global, que só é global porque não existe uma uniformidade entre as culturas, deste modo a globalização existe por uma questão de diversidade e não por uma homogeneização cultural, fazendo surgir a originalidade do povo.

É neste contexto contemporâneo que as culturas populares, e especificamente a cultura popular nordestina, são reinventadas numa dialética entre global e local, é a sociedade que se reinventa a todo momento.

Os festejos juninos vivem hoje em dois mundos paralelos, o primeiro baseado no tradicional onde a festa ainda acontece direcionada de forma espontânea pela comunidade, e a segunda forma é a festa mercadológica, com grandes espetáculos com intuito financeiro, mas que também preserva suas bases nas tradições iniciais.

Referências bibliográficas

- Albuquerque Junior, D. M. (1999). *A invenção do Nordeste e outras artes*. São Paulo, Brasil: Cortez.
- Assaré, P. (2008). *Cante lá que eu canto cá: filosofia de um trovador nordestino*. São Paulo, Brasil: Editora Vozes.
- Azevedo, A. (2010). *O Mulato*. São Paulo, Brasil: Ciranda Cultural.
- Benjamin, R. (2004). *Folkcomunicação na sociedade contemporânea*. Porto Alegre, Brasil: Comissão Gaúcha de Folclore.
- Benjamin, R. (2000). *Folkcomunicação no contexto de massa*. João Pessoa, Brasil: Ed. Universitária/UFPB.
- Charle, C. (2012). *A gênese da sociedade do espetáculo: teatro em Paris, Berlim, Londres e Viena*. São Paulo, Brasil: Companhia das Letras.
- Debord, G. (1997). *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro, Brasil: Contraponto.
- García-Canclini, N. (2006). *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo, Brasil: EDUSP.
- Marques de Melo, J. (2011). *Cidadania Glocal, identidade nordestina: Ética da comunicação na era da internet*. Campina Grande: Latus.
- Lucena Filho, S. A. (2012). *Festa junina em Portugal: marcas culturais no contexto de folkmarketing*. João Pessoa, Brasil: Editora da UFPB.
- Ortiz, R. (2012). *Cultura Brasileira e Identidade Nacional*. São Paulo, Brasil: Brasiliense.
- Rangel, L. H. V. (2002). *Festas juninas, festas de São João: origens tradições e história*. São Paulo, Brasil: Casa do Editor.
- Globo Nordeste (Ed.). (2015). *Quadrilhas memórias* [CD-ROM]. Recife, Brasil: Editora Globo.

Biografias

Graduada em Publicidade e Propaganda (2009), Especialista em Teorias da Comunicação e da Imagem pela Universidade Federal do Ceará (2013). Mestranda pelo Programa de

Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Atua em pesquisas com ênfase em Cultura Popular, Mídia regional e local, Folkcomunicação e Estudos Culturais.

Jornalista, Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo com sandwich na Universidade Fernando Pessoa (UFP - Porto, Portugal). É Professora Associada do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará (UFC) e do Programa de Pós-Graduação Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM/UFRN). É Presidente da Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação (2013-2015). Atua como pesquisadora em Comunicação e Jornalismo, com ênfase em Indústrias e Estudos Culturais, Mídia local e regional, Folkcomunicação, Estratégias políticas e econômicas de grupos midiáticos, História e práticas do Jornalismo. Email: merical@uol.com.br

