



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

A festa junina de roupa nova: uma análise dos figurinos das quadrilhas estilizadas sob o olhar da folkcomunicação

Maria Luciana BEZERRA DA SILVA¹

Severino Alves de LUCENA FILHO²

Resumo

O presente estudo aborda o processo folkcomunicação na construção da imagem da festa junina contemporânea através do uso da moda nas quadrilhas estilizadas. A análise discursiva se estabelece pela leitura dos figurinos utilizados nas apresentações competitivas, nos quais foram substituídas as roupas simples e remendadas por trages, adereços e caracterizações luxuosas, por meio das quais são construídas mensagens visuais que integram símbolos das culturas local e de massa. O objetivo desse artigo é analisar como se dá o processo folkcomunicação através das apropriações observadas nos figurinos das quadrilhas que compõem a Festa de São João da cidade de Caruaru – PE. Como referencial utilizamos a teoria da folkcomunicação do autor Luiz Beltrão, estudos sobre Festas Juninas de Lucena Filho, as festas como acontecimentos folkmediáticos de Trigueiro, a moda como forma de comunicação não-verbal de Garcia e Miranda, e a análise de discurso da escola francesa.

Palavras-chave: Folkcomunicação; Quadrilhas Juninas; Moda.

Introdução

A conexão global, impulsionada ao longo das duas últimas décadas pela aceleração do desenvolvimento das novas tecnologias, redimensionou as distâncias tanto físicas, com a possibilidade de comunicação sem fronteiras, quanto culturais, visto que, local e global, rural e urbano, tradição e inovação deixam para trás os sentidos antagônicos e passam a interagir através de constantes trocas materiais e simbólicas. Os resultados surgidos a partir desse novo cenário provocam mudanças nos diversos

¹ Mestranda do Programa de Extensão Rural e Desenvolvimento Local – POSMEX, da Universidade Federal Rural de Pernambuco - UFRPE. Email: marialu100@hotmail.com

² Professor Doutor do Programa de Extensão Rural e Desenvolvimento Local – POSMEX, da Universidade Federal Rural de Pernambuco - UFRPE. Email: recifrevo@uol.com.br



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
"FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL"
 Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

âmbitos da sociedade e refletem nas manifestações das culturas populares, ocasionando desde pequenas adaptações até verdadeiras transformações substanciais.

A partir de seus estudos voltados às culturas populares García Canclini (2011) constatou que estas passam por uma espécie de atualização, buscando modelos que possibilitem a sua inserção na realidade atual. Estes novos formatos geram processos sociais, culturais e econômicos em que estruturas ou práticas, que existiam de formas separadas, combinam-se para gerar novas estruturas, objetos, práticas e mensagens comunicacionais que resultam no que o autor nomeia como: processos de hibridização.

Torna-se necessário ressaltar que vivemos hoje em uma sociedade capitalista e globalizada, na qual as culturas populares buscam adequar-se aos contextos socioeconômicos nos quais encontram-se inseridas, o que pode ser considerado também como uma forma de resistência. (SCHMIDT, 2006).

A respeito das estratégias de resistência das manifestações populares, Trigueiro (2002) afirma que diferente do que chegou a ser pensado durante os anos 80, a globalização não é responsável pelo desaparecimento do folclore, esta nova realidade fez com que as culturas locais ressurgissem com novas "roupagens" e (re)configurações que permitem atender a exigência dos mercados de consumo da sociedade midiática.

Ainda segundo o autor (2002, p.63):

Esses (re)processamentos das manifestações folclóricas, das culturas locais são operados pelas redes folkmidiáticas, onde existe, entre a emissão e recepção, um vasto campo de mediações e de apropriação dos bens simbólicos midiáticos, que são redecodificados e incorporados nas matrizes culturais como "substâncias nutritivas" das novas identidades construtoras da vida cotidiana de determinados grupos socioculturais. É nesse contexto que se dão as hibridizações culturais, onde são realizadas as interações entre "as aldeias locais e as aldeias globais".

Direcionados pelos referidos teóricos, escolhemos como objeto para este estudo a quadrilha junina enquanto manifestação da cultura popular e símbolo das festas juninas do Nordeste. Considerando que a apresentação desta dança folclórica tornou-se um espetáculo organizado denominado como quadrilha estilizada, onde são expostos símbolos da sociedade de consumo, entre os quais se situa a moda materializada nos



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
"FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL"
 Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

figurinos. A tradicional indumentária com remendos, velhos chapéus de palha, maquiagem borrada, sorriso banguela e também os passos caricaturados foram substituídos por um novo visual que exige roupas, adereços e caracterizações luxuosas, coreografias sincronizadas, além de cenários e temas próprios de cada grupo da dança.

Partindo dos atuais estudos folkcomunicaçãois, onde cabe investigar como as manifestações das culturas populares buscam novas estratégias para promover sua aceitação, e conquistar espaço dentro da sociedade midiática, temos como objetivo deste artigo estudar a construção da imagem da festa junina contemporânea através do uso da moda nas quadrilhas estilizadas. Especificamente pretendemos identificar os processos folkcomunicaçãois analisando os discursos contidos nos figurinos de três grupos de dança participantes do Festival de Quadrilhas Estilizadas da cidade de Caruaru-PE.

A Festa Junina no Nordeste do Brasil

A festa é um acontecimento social, histórico e político, constituindo-se como período e espaço de celebração, de comunhão, e de trocas com o mundo vivido. É também um lugar onde são produzidos discursos e significados, e por isso também promove a criatividade, através da festa grupos partilham experiências e memórias coletivas, ritos, comidas, brincadeiras, jogos, superstições, músicas e danças.

Para Carvalho apud Benjamin (2001) a festa pode ser estudada como um conjunto orgânico de várias manifestações, isto é, um complexo conjunto de fatos culturais interligados, onde tempo e o espaço são fatores determinantes para a sua conceituação, o tempo está ligado ao período do ritual festivo, e o espaço é importante para a descrição das atividades e suas características próprias.

No Brasil, entre os festejos populares que fazem parte do calendário católico de celebrações, se pode destacar a festa junina ou festa de São João, como um evento rico em símbolos e significados, uma celebração popular realizada durante o mês de junho desde a época da colonização portuguesa, cujos cenários adquiriram feições e performances diferenciadas nas distintas regiões do país. (LUCENA FILHO, 2012).



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
 Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

Destacamos que embora esta comemoração ocorra por grande parte do território nacional, é na região Nordeste que as homenagens feitas aos três santos: Santo Antonio, São João e São Pedro, ganham maior dimensão. Além de um meio de expressão cultural das identidades locais, as festividades juninas também representam um importante momento econômico, pois o alto número de público, formado por moradores locais e turistas que visitam as cidades nordestinas exclusivamente para participar dos festejos, movimentam a economia lotando hotéis e restaurantes, aquecendo as vendas do comércio, aumentando lucros e gerando empregos.

Segundo Lucena Filho (2012) hoje as festas juninas do Nordeste são um evento comunicacional gerador de sentidos religiosos e profanos, que permeiam o imaginário social e as culturas das populações rurbanas. Entendemos, neste estudo, a festa junina como um evento revelador das representações simbólicas da região Nordeste do Brasil, o qual pode ser investigado à luz de diferentes teorias, para este estudo nos ateremos a investigá-lo sob o olhar da folkcomunicação.

Considerada a primeira teoria brasileira na área de comunicação, a folkcomunicação surgiu dos estudos do pesquisador Luiz Beltrão, a partir da sua tese de doutoramento intitulada “Folkcomunicação: um estudo dos agentes e meios populares de informação de fatos e expressão de ideias” defendida em 1967. Seu objeto de estudo encontra-se na fronteira entre o folclore e a comunicação. As primeiras pesquisas voltadas para o gênero privilegiaram as decodificações da cultura de massa feitas pelos seguimentos populares da sociedade.

Contudo, a folkcomunicação não se restringe ao estudo da cultura popular e do folclore, a abrangência dos seus estudos expande-se aos processos onde a cultura popular e o folclore se sociabilizam convivendo com outras cadeias comunicacionais. (Holhfeldt apud Lucena Filho, 2012). Hoje o campo de estudos da folkcomunicação encontra-se ampliado e passa a incluir os processos de natureza folkmidiática e as estratégias de folkmarketing.

O nosso foco centra-se na festa junina enquanto produto folkmidiático segundo os estudos de Trigueiro (2006, p.02):



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
"FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL"
 Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

Folkmidiático é um conceito recente, ainda em construção na tentativa de melhor se compreenderem essas estratégias multidirecionais onde operam protagonistas de diferentes segmentos socioculturais, do massivo e popular. É um conceito em construção e que nos últimos anos vem se consolidando como instrumento de observação das estratégias de produção, circulação e consumo de bens culturais folkcomunicacionais [...] Temos como exemplo as festas populares juninas no Nordeste, especialmente em Campina Grande, na Paraíba, e Caruaru em Pernambuco.

As Quadrilhas Juninas na contemporaneidade

As festas juninas são festas agrárias ligadas à terra e à sua fertilidade, e remanescentes de civilizações pré-cristãs, onde os ciclos naturais marcavam efetivamente a passagem do tempo. Entre os elementos que compõem a festa são evidenciados os ritos, mitos e símbolos, a louvação aos santos, as comidas típicas, as decorações, as músicas, as danças e também as vestimentas. (LUCENA FILHO, 2012).

A festa junina entrou para a cultura brasileira no ambiente rural e dali passou para o urbano, no entanto, o cotidiano e imaginário dos homens e mulheres do campo continuam sendo representados através de encenações, construções e ambientações cenográficas.

As danças vivenciadas no ciclo do São João são uma das características mais marcantes dos festejos. Apresentadas por grupos organizados ou mostradas de forma espontânea nas comunidades. Entre elas está a quadrilha que segundo Alencar (1994, p.16) "por volta de 1820, já era dançada no Brasil. O costume, vindo da Europa, como dança aristocrática, trazia porém influencia de antigas danças folclóricas da Inglaterra onde, desde 1815, já era dançada, sendo, no entanto, de origem francesa."

A quadrilha se destaca por ser um dos símbolos mais constantes no evento do ciclo junino. Esta dança chegou ao Brasil trazida pelos colonizadores portugueses. Era dança de elite, formada nos salões dos palácios. Depois desceu as escadarias e caiu no gosto popular, ao longo do tempo vem sofrendo várias modificações estéticas, musicais e coreográficas, as quais resultaram no formato contemporâneo produzido para participar de competições e batizado como quadrilha estilizada. (LUCENA FILHO, 2012).



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
"FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL"
 Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

Ainda segundo o autor (2012) o movimento estilizado foi crescendo progressivamente, e atualmente centenas de quadrilhas se apresentam durante as festas do ciclo junino do Nordeste como operetas com performances carnavalizadas para atender as exigências das empresas de comunicação que organizam os festivais.

Para Chianca (2007) a origem do movimento estilizado parece difusa, sendo constituída a partir de diversos grupos que no início dos anos 90 teriam recorrido de modo pontual e simultâneo a lantejoulas, paetês, novos tecidos, maquiagem, roupas e depois novas coreografias e temas inovadores na apresentação.

O Festival de Quadrilhas Estilizadas de Caruaru - PE

Visto que as quadrilhas, enquanto manifestação da cultura regional, vem substituindo a forma tradicional de representação do universo rural, e absorvendo traços da cultura de massa, delimitamos como campo para nosso estudo o Festival de Quadrilhas Estilizadas de Caruaru, por tratar-se de um evento que integra o calendário de programação da festa junina da cidade e é realizado há 17 anos.

A cidade de Caruaru encontra-se localizada na região agreste de Pernambuco a 138 quilômetros da capital Recife, possui uma população de 314.912 habitantes segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2013). É conhecida internacionalmente por abrigar o Alto do Moura, maior centro de Artes Figurativas da América Latina, onde viveu o artista Mestre Vitalino percussor na criação dos bonecos de barro; pela Feira de Caruaru eternizada nos versos de Onildo Almeida³ na música que diz "de tudo que há no mundo nela tem pra vender", e pela festa de celebração que acontece no mês de junho divulgada pela mídia como "O Melhor São João do Mundo".

A festa de São João em Caruaru estende-se por todo o mês de junho e recebe em média 1 milhão de visitantes. São mais de 300 atrações nacionais e locais, divididas em seis espaços de animação nomeados como: Polo Cultural da Estação Ferroviária/Arraial Gonzagão, Polo do Milho, Polo dos Repentes, Polo Alternativo, Pátio de Eventos Luiz

³ Compositor, músico e poeta nascido em Caruaru, escreveu mais de 530 canções, muitas gravadas por nomes como Gilberto Gil e Luiz Gonzaga, sua canção intitulada A Feira de Caruaru de 1957 possui versões para 34 países, incluindo Estados Unidos, Japão e Suíça.



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
 Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

“Lua” Gonzaga, Polo Alternativo, Polo Forró do Candeeiro, Polo do Alto do Moura e Polo das Quadrilhas onde são realizadas as apresentações competitivas. (CARUARU, 2013).

No início o Polo era ocupado por quadrilhas estilizadas e matutas, mas com o decorrer dos anos as quadrilhas estilizadas foram ganhando espaço e se firmaram no concurso. Cada quadrilha tem entre 25 e 40 pares, ou seja, de 50 a 80 participantes, que vêm de vários estados do Nordeste, os participantes executam coreografias e músicas de acordo com os temas escolhidos.

Durante as eliminatórias cada grupo tem 25 minutos para apresentação, e na final são 30 minutos em que serão avaliados critérios como: entrada no arraial, animação, repertório musical, evoluções e coreografia, figurino e caracterização, marcador, desempenho da quadrilha, cenário, maquiagem e saída da quadrilha. As apresentações atraem uma grande concentração de público, chegando a contar com a presença de aproximadamente 4 mil expectadores por noite de apresentação, composto por pessoas de todas as idades. (CARUARU, 2013).

O concurso é realizado por uma empresa de comunicação com o apoio da Prefeitura através da Fundação de Cultura da cidade, as três melhores apresentações, escolhidas pela comissão julgadora, recebem prêmios em dinheiro, há também troféus para os dançarinos em destaque como o melhor noivo e noiva, Lampião e Maria Bonita e fantasias mais luxuosas.

Dentro do cenário apresentado, a quadrilha pode ser investigada a partir de vários aspectos, para o presente estudo delimitamos a análise das mensagens visuais a partir da moda usada pelos dançarinos e as personagens que compõem as apresentações.

Considerando que o homem não se veste apenas para cobrir o corpo, o vestir é um dos meios pelos quais o ser humano produz significação, a abordagem conceitual de moda com a qual desenvolvemos este trabalho está ancorada nos referencias dos seguintes autores:



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
 Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

Garcia e Miranda (2007, p.27), as quais afirmam que “o modo de vestir, como símbolo social, modifica-se em função das alterações da estrutura e do estado geral da sociedade”. Ainda segundo o pensamento das autoras:

Moda é o conjunto atualizável dos modos de visibilidade que os seres humanos assumem em seu vestir com o intuito de gerenciar a aparência, mantendo-a ou alterando-a por meio de seus próprios corpos, dos adornos adicionados a eles e da atitude que integra ambos pela gestualidade, de forma a produzir sentido e assim interagir com o outro. (GARCIA, MIRANDA, 2007, p. 22).

Podemos observar a moda enquanto fenômeno social, econômico, cultural, histórico, geográfico e comportamental de produção simbólica, relacionada à criação estética do vestuário, acessórios e complementos, bem como da aparência visual, presente no cotidiano das sociedades modernas, interferindo, transformando e remodelando as mesmas. (BARNARD, 2003).

Para este estudo, entendemos a moda como instrumento de comunicação, ou seja, expressão individual ou coletiva de interação dos sujeitos com o mundo. Dentro das competições das quadrilhas estilizadas as roupas são entendidas como símbolos representativos que servem para construir significados que causem reações desejadas nos públicos.

Percurso metodológico

Nossa pesquisa iniciou-se com a revisão de literatura, em seguida partimos para a identificação das quadrilhas juninas que caracterizassem o objeto em pesquisa, este processo foi feito inicialmente via internet, momento no qual identificarmos que as quadrilhas utilizam o ciberespaço como forma de comunicação e divulgação, através das redes sociais, algumas possuem perfis em *facebook*, a maioria utiliza o *Orkut*, adotam também o uso de *blogs* e *fotologs*, em seguida foi feita entrevista a pessoa responsável pelas inscrições do concurso para coleta de dados, por último organizamos os temas através de uma planilha, escolhemos as imagens fotográficas, por meio das quais constituímos e delimitamos o *corpus* para a devida leitura e análise.



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
"FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL"
 Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

A partir das observações levantadas, escolhemos três grupos, para este estudo observamos especificadamente as representações imagéticas contidas nos figurinos. Como representação entendemos que segundo Lamplatine:

O conceito de representação engloba toda a tradução e interpretação mental de uma realidade exterior percebida. A representação está ligada ao processo de abstração e a ideia é uma representação mental que se configura em imagens que temos de uma coisa concreta ou abstrata. Assim, a imagem se constitui como representação configurativa da ideia traduzida em conceitos sobre a coisa exterior dada. (2003, p.28).

Entre os diversos símbolos que representam a festa junina estão: o fogo da fogueira, os fogos de artifício, os santos juninos; as comidas típicas a base de milho como a pamonha, canjica, munguzá, pipoca; as bandeirolas e os balões coloridos, os instrumentos musicais: sanfona, triângulo, zabumba.

Nas vestimentas masculinas encontra-se a camisa xadrez quadriculada, calça com remendos, lenço colorido no pescoço, coletes, botas de cano alto ou alpercatas e chapéus de palha, enquanto para as mulheres está o vestido florido, o tecido de chita, cores fortes, babados, rendas, mangas bufantes, a cabeça é enfeitada com laçarotes, flores coloridas, tranças e chapéus de palha. Essas são representações da imagem do matuto nordestino que foram ao longo do tempo estabelecidas no imaginário de todo o país, o que não significa que esta seja sua imagem real.

A partir destas informações buscamos entender a construção discursiva existentes nas apropriações das quadrilhas materializadas nos figurinos, no que diz respeito à utilização dos símbolos tradicionais descritos, em convergência com outros contextos comunicativos. Optamos por analisar os 03(três) grupos abaixo:

Quadrilha	Tema	Estado	Ano
Luar do Sertão	A luar monta seu arraia no Sítio do Pica-Pau Amarelo	Alagoas	2008
Brilhar Matriz	Brincando de ser criança, animando o São João	Alagoas	2010
Pisa no Espinho	Festa, Amor e Arte	Pernambuco	2012



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
 Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

Optamos pela Análise de discurso da escola francesa, com o intuito de uma melhor compreensão dos conteúdos e informações contidas nas imagens. Segundo Pinto (1999, p.6), a “Análise de discurso procura descrever, explicar e avaliar criticamente os processos de produção, circulação e consumo dos sentidos vinculados aos produtos na sociedade”. Os produtos culturais devem ser entendidos como textos, como formas empíricas do uso da linguagem verbal, oral ou escrita, e/ou de outros sistemas semióticos, no interior de práticas sociais contextualizadas, histórica e socialmente.

Figurinos e apropriações

Optamos no primeiro momento pela identificação e descrição dos elementos de outros contextos comunicacionais que foram apropriados pelos grupos de dança regional caracterizando os processos folkcomunicaçãois, em seguida passamos a análise da construção das mensagens visuais.



Figuras:01



Figura:02

Tema: A luar monta seu arraiaí no Sítio do Pica-Pau Amarelo, 2008

A quadrilha Luar do Sertão usou como tema o Sítio do Pica-pau Amarelo, que se trata de uma série de livros de autoria do escritor Monteiro Lobato, nos quais as personagens vivenciam histórias fantasiosas em um sítio. Em 1977, tornou-se série adaptada pela Rede Globo de Televisão, uma grande audiência a manteve no ar e até 1986. Em 2001, uma segunda adaptação foi produzida pela emissora que ficou no ar até 2007, atualmente é exibida uma versão em desenho animado.

Com a observação dos figurinos identificamos que foi feita uma caracterização dos dançarinos que passam a representar as personagens que habitam o Sítio. Por tratar-



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
 Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

se de um ambiente rural a moda utilizada converge com alguns símbolos juninos como pode ser visualizado na figura 01 o uso do chapéu de palha, da camisa xadrez e do cachimbo do tio Barnabé; o vestido, o avental e o uso do lenço na cabeça da tia Anastácia. O casal de rei e rainha do milho imagem 02 é representado pela personagem Emília que trata-se de uma boneca de pano e por isso possui os remendos que remetem as vestimentas dos tradicionais matutos, seu par na quadrilha é o Visconde de Sabugosa personagem que representa uma espiga de milho, comida típica do São João. Neste caso as mensagens visuais integram elementos de três linguagens: dança, literatura e televisão. A imagem da festa junina, assim como a representação do universo rural, é construída de forma a mostrar um lugar de fantasias, onde habitam seres imaginários e ocorrem acontecimentos fantásticos.



Figura 03

Tema: Brincando de ser criança, animando o São João, 2010

Na quadrilha Matriz Lumiar os figurinos mostram que o universo infantil serviu como referência, o tema sugere uma volta aos tempos de criança por meio das tradicionais brincadeiras como o “pega-pega”, o “esconde-esconde”, e o “tô no poço”, visualmente a infância é simbolicamente representada através da moda que transformou os marcadores⁴ da quadrilha nas personagens Patati Patatá. Uma dupla de palhaços que atuou na mídia durante a década de 80, depois de um período de afastamento voltaram a televisão em 2010, como apresentadores do programa Carrossel Animado veiculado pela rede SBT alcançaram altos índices de audiência. A dupla foi recordista em vendas

⁴ Pessoa cuja função é narrar os movimentos da quadrilha, espécie de maestro responsável por organizar os movimentos executados durante as apresentações da dança.



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
"FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL"
 Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

de DVDs em 2011, a marca Patati Patatá tornou-se forte no mercado, é licenciada por 53 empresas e possui mais de 700 produtos, desde brinquedos, álbuns de figurinhas, ovos de páscoa, roupas, material escolar, decoração para festas e produtos para higiene infantil.

Através dos figurinos visualizados na figura 03 podemos observar, além da inserção dos palhaços em seu formato original sem referências a festa junina, o universo infantil também foi caracterizado nas roupas dos rapazes onde as calças foram substituídas por macacões que remetem a roupas de crianças, e nos vestidos das moças nos quais foram inseridas figuras dos símbolos juninos como o milho, bandeirolas e fogueiras. Cabe destacar o detalhe de corações vermelhos que deixam mais evidente o sentimento do casal de noivos, a inserção de figuras facilita o entendimento das crianças, método comumente utilizado nos livros didáticos.

A representação do universo imagético da criança, a qual podemos visualizar nas brincadeiras, uso dos desenhos, assim como na exploração das personagens dos palhaços, dá a imagem da festa junina um ar lúdico. A quadrilha é transformada em uma grande brincadeira, que explora também a memória afetiva ao remeter as quadrilhas dançadas no ambiente escolar infantil. Neste caso específico interagem elementos da dança, da televisão e também do espetáculo circense pela presença dos palhaços.



Figura: 04



Figura: 05

Tema: Festa, Amor e Arte, 2012

A quadrilha Pisa no Espinho, campeã do Festival de 2012, fez uma homenagem aos nordestinos que fazem sucesso no mundo, a apresentação fez referência às sete artes



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
"FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL"
 Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

e seus artistas representantes entre eles Mestre Vitalino, Ariano Suassuna, Luiz Gonzaga e o pintor Romero Britto, cuja obra foi utilizada para a confecção dos figurinos.

Romero Britto nasceu em Recife, autodidata começou a pintar ainda criança, influenciado pelo cubismo e a pop art cria seu estilo que é exposto em museus de todo o mundo. Mudou-se para Miami onde suas obras caíram no gosto das celebridades e da mídia. Atualmente ilustra campanhas publicitárias para marcas como vodka Absolut, Disney, Audi e Pepsi. Suas ilustrações encontram-se em diversos produtos desde malas de viagem, objetos de decoração, roupas, capas para celulares. Em 2012 foi tema do enredo da Escola de Samba Renascer de Jacarepaguá no desfile do carnaval do Rio de Janeiro, atualmente é um dos artistas homenageados pela Rede Globo Nordeste no projeto Isso é Pernambuco de vinculação de vídeos sobre artistas durante os intervalos da programação da emissora.

Os figurinos foram confeccionados de forma que os ternos dos dançarinos e os vestidos das dançarinas aparecem cobertos por estampas com ilustrações da obra do pintor, os arranjos de cabeça também reproduzem flores pintadas por Britto, o detalhe para os braços e pernas das moças foram cobertos por uma malha preta o que deixou os traços e cores da pintura ainda mais ressaltados, durante os movimentos da coreografia visualizado na figura 04, as saias rodadas deixam a mostra elementos como corações e flores em mosaicos coloridos que substituíram o tradicional xadrez. Em referência aos símbolos juninos o casal que representa Lampião e Maria Bonita manteve as cartucheiras⁵ figura 05.

O efeito visual produzido pelos figurinos transforma a apresentação em uma tela pintada com movimento, cores vivas, influências cubistas, formas geométricas e raços descontraídos, o movimento remete a ala das baianas das escolas de samba. A apresentação integra elementos da dança e das artes visuais.

⁵ Estojo de couro onde se guardam os cartuchos das armas de fogo, usado pelos cangaceiros nordestinos em formato de cruz sobre o peito e prezo a cintura.



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
"FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL"
 Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

Considerações Finais

A festa junina configura-se hoje como um campo fértil para as pesquisas folkcomunicacionais, visto que pode ser observada como um lugar onde se dão as trocas materiais e simbólicas entre o folclore e a comunicação de massa, através das quais são produzidos discursos. Dentro deste contexto a moda se expande sendo representada através de produtos, comportamentos, costumes, linguagens e gestual entre outras formas pelas quais os sujeitos produzem significação.

Identificou-se que as quadrilhas juninas estilizadas estão fazendo uso da moda tanto no que diz respeito ao processo evolutivo pelo qual passam os seus figurinos, mudanças estéticas dos modelos, investimento na qualidade dos materiais e na fabricação das roupas, quanto pela escolha dos temas que é influenciada pela programação televisiva e pelos elementos da cultura massiva que encontram-se em evidência, ou seja, pelos produtos da moda.

Neste contexto a imagem da festa junina passa a ser representada por meio de temáticas plurais nas quais são evidenciadas as representações expressivas das culturas populares em convergência com outras cadeias comunicacionais o que resulta em contextos híbridos que se caracterizam como processos folkcomunicacionais.

Tais modificações e adaptações nos figurinos e apresentações se dão em decorrência da necessidade em atender as exigências das agendas folkmediáticas dos festivais competitivos. A evolução das performances complementam os figurinos em suas múltiplas linguagens, corporais e imagéticas.

É importante ressaltar que o tema não se esgota com este estudo, podendo ser ampliado em pesquisas futuras.

Referências

ALENCAR, Aglaé D'ávila Fontes de. (Coord); BARRETO, Selam Silveira. (org). São João é coisa nossa. Aracaju: J. Andrade, 1990.

BARNARD, Malcolm. Moda e Comunicação. Tradução: Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
"FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL"
 Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

BENJAMIM, Roberto. As festas populares como processos comunicacionais. Anuário UNESCO/UNESP de comunicação Regional, Ano V nº5, 17-24, jan-dez 2001.

CANCLINI, Néstor García. Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade. 4 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2011.

CHIANCA, Luciana de Oliveira. Quando o Campo está na cidade: migração, identidade e festa. Revista Sociedade e Cultura. v. 10, n. 01. UFG, 2007.

GARCIA, Carol. MIRANDA, Ana Paula. Moda é comunicação: experiências, memórias, vínculos. 2.ed.Rev – São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2007.

LAPLANTINE, François e TRINDADE, Liana. O que é imaginário. São Paulo: Brasiliense, 2003.

LUCENA FILHO, Severino Alves de. Festas Juninas em Portugal: marcas culturais no contexto do folkmarketing. João Pessoa: Editora da UFPB, 2012.

SCHIMIDT, Cristina. Folkcomunicação: conceitos pertinentes ao campo de estudo. In Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006.

PINTO, Milton José. Comunicação e discurso: Introdução à análise de discurso. São Paulo: Hacker, 1999.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. A espetacularização das culturas populares ou produtos folkmediáticos. In: XI Congresso Brasileiro de Folclore, 2004, Goiânia - GO. XI Congresso Brasileiro de Folclore: metodologia da pesquisa em folclore. Preservação dos bens da cultura imaterial. Goiânia - GO: Kepls, 2004.

_____. As festas folclóricas como acontecimentos midiáticos: reinventando a cultura nordestina. In: 10º Congresso Brasileiro de Folclore, 2004, São Luiz - MA. Folclore, Turismo, Tradição e Modernidade. São Luiz - MA: Comissão Maranhense de Folclore, 2004.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em:
<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=260410> Acesso em: 12 de abr. de 2013

Prefeitura Municipal de Caruaru. Disponível em: < <http://www.caruaru.pe.gov.br/> > Acesso em: 12 de abr. de 2013.