

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE – UFRN
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES – CCHLA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DA MÍDIA – PPgEM



**AS MARCAS CULTURAIS DAS FESTAS POPULARES DO MÊS DE JUNHO
NO FOTOJORNALISMO DOS PERIÓDICOS
CORREIO DA MANHÃ (LISBOA – PORTUGAL) E TRIBUNA DO NORTE (NATAL – BRASIL)**

ÉLMANO RICARTE DE AZEVÊDO SOUZA

**NATAL
2014**

ÉLMANO RICARTE DE AZEVÊDO SOUZA

**AS MARCAS CULTURAIS DAS FESTAS POPULARES DO MÊS DE JUNHO
NO FOTOJORNALISMO DOS PERIÓDICOS *CORREIO DA MANHÃ* (LISBOA
– PORTUGAL) E *TRIBUNA DO NORTE* (NATAL – BRASIL)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação de Estudos da Mídia como requisito parcial para obtenção do conceito de mestre em Estudos da Mídia, na linha de pesquisa em Produção de Sentido, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, sob orientação do professor doutor Itamar de Moraes Nobre.

**NATAL
2014**

SOUZA, Élmano Ricarte de Azevêdo.

As Marcas Culturais das Festas Populares no Fotojornalismo dos Periódicos *Correio da Manhã* e *Tribuna do Norte* / Élmano Ricarte de Azevêdo Souza – Natal, UFRN, Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia, 2013.

111 f.

Orientação: Prof. Dr. Itamar de Moraes Nobre.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte / Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia.

Ilustração: Adriel Felipe de Alcantara Silva (com base em fotos de pesquisadas na Internet).

Referências bibliográficas: f. 92-96.

1.Fotojornalismo. 2. Manifestações culturais. 3. Festas de junho. 4. Folkcomunicação. I. Título.

ÉLMANO RICARTE DE AZEVÊDO SOUZA

**AS MARCAS CULTURAIS DAS FESTAS POPULARES DO MÊS DE JUNHO
NO FOTOJORNALISMO DOS PERIÓDICOS *CORREIO DA MANHÃ* (LISBOA
– PORTUGAL) E *TRIBUNA DO NORTE* (NATAL – BRASIL)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação de Estudos da Mídia como requisito parcial para obtenção do conceito de mestre em Estudos da Mídia, na linha de pesquisa em Produção de Sentido, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, sob orientação do professor doutor Itamar de Moraes Nobre.

Apresentado em: 21 de fevereiro de 2014.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Itamar de Moraes Nobre
Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Orientador

Prof^a. Dr^a. Maria Ângela Pavan
Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Examinador Interno

Prof. Dr. Severino Alves de Lucena Filho
Universidade Federal da Paraíba
Examinador Externo

Prof^a. Dr^a. Maria do Socorro Veloso Furtado
Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Suplente

Prof. Dr. Osvaldo Meira Trigueiro
Universidade Federal de Pernambuco
Suplente

MELODIA

Lembre-mo-nos do muito que recebemos, cada dia, para dar de nós, quanto seja possível, a fim de que a melodia do amor não nos encontre sem ressonância.

SINFONIA

A vida é um cântico em todos os lugares. Cada ser é uma nota da Sinfonia Universal. Não firas a harmonia com a maldade ou com o lamento.

Emmanuel

Em "Dicionário da Alma" (psicografia de Chico Xavier)

AGRADECIMENTOS

- Quero agradecer a Deus, fonte de luz e sabedoria que emana de toda consciência inspirada pelo amor fraterno.
- Muito obrigado a minha família por estar sempre ao meu lado quando mais preciso e dar o apoio para me dedicar aos estudos. Em especial a minha mãe, professora mestre Ana Maria de Azevêdo Souza, cujo agir proporcionou-me o entendimento de que há muitas formas de manifestação do saber.
- Agradeço a todos os professores e funcionários do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte pela generosidade na resolução dos problemas e pelos ensinamentos das disciplinas.
- Menciono honrosamente o nome do professor doutor Itamar de Moraes Nobre, o orientador desta pesquisa, com o qual estabeleci uma grande sintonia de pensamento durante a escrita desta redação e de tantas outras para revistas e congressos acadêmicos. Por sua generosidade, meus agradecimentos e reconhecimento de que ainda vamos trilhar mais caminhos pela investigação acadêmica.
- Agradeço a professora doutora Vânia de Vasconcelos Gico, incentivadora e amiga desta pesquisa, pela acolhida no Grupo de Estudos e Pesquisas BOA-VENTURA em convênio com o Centro de Estudos Sociais (CES) da Universidade de Coimbra/Portugal e o Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da UFRN.
- Muito obrigado aos membros do Grupo de Pesquisa PRAGMA - Pragmática da Comunicação e da Mídia: teorias, linguagens, indústria cultural e cidadania por presenciarem o nascimento e o desenvolvimento desta investigação com atenção.
- A REDE FOLKCOM – Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação e seus membros por toda a fraternidade e cordialidade em compartilhar obras literárias importantes. Menciono (*in memoriam*) o professor doutor Roberto Emerson Câmara Benjamin, a professora doutora Maria Érica de Oliveira Lima, presidente da REDE FOLKCOM, dedicada e paciente e colaborar com este estudo, ao professor doutor Severino Alves de Lucena Filho pela partilha de conhecimento, as professoras Karina Janz Woitowicz e Cristina Schmidt Pereira da Silva pela fraternidade e sua atenção.
- Foram dois anos de comprometimento intelectual com os estudos acadêmicos, um tempo de muita alegria e conquistas ao lado dos amigos do Grupo de Estudos Imagem, Comunicação, Cultura e Sociedade, IMACCUS: Ana Carmem Nascimento (irmã de orientação);

Anderson Santos; Ádria Siqueira; Laís Maia; Katiane Oliveira; Tamires Oliveira; Ítalo Albano; Alice Andrade; Beatriz Lima.

- Aos amigos-irmãos portugueses Rita Carvalho e Gonçalo Gomes pela amizade fraterna e por colaborarem com a coleta de jornais em Lisboa, capital de Portugal, e me acolherem em suas residências quando fui estrangeiro e precisei ir a congressos e realizar pesquisas de campo em seu país. Obrigado pela partilha dos momentos em família e amigos!
- Muito obrigado a Universidade Católica Portuguesa, em Lisboa, nas pessoas da senhora Clementina Santos e a professora doutora Rita Filgueiras.
- Agradeço a EGEAC - Empresa de Gestão de Equipamentos e Animação Cultural, da Câmara Municipal de Lisboa, nas pessoas de Mariana Botelho e Maria do Carmo Rosa pela colaboração para o acesso aos bastidores da organização das *Festas de Lisboa e Casamentos de Santo António*.
- Minha gratidão aos amigos do Programa Trilhas Potigueres da UFRN e ainda aos amigos de infância e demais que fizeram parte de muitos momentos nestes últimos anos.
- Agradecimento a CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior pelo apoio financeiro para realização desta pesquisa.

RESUMO

Investiga-se e analisam-se as marcas culturais e a produção de sentido sobre a cultura popular, em homenagem aos santos católicos do mês de junho: Santo Antônio, São João e São Pedro (celebrados, respectivamente, nos dias 13, 24 e 29) nas fotografias jornalísticas dos periódicos *Tribuna do Norte* (Natal, Rio Grande do Norte, Brasil) e *Correio da Manhã* (Lisboa, Portugal), publicadas no mês de junho de 2012, com base teórica e metodológica da Folkcomunicação e da Fotocartografia Sociocultural. A partir dessas pressupõe-se que tais imagens possuem significados representacionais das manifestações culturais populares das festas. A pesquisa ainda aponta que há um olhar comum ao se retratar a cultura popular no veículo de comunicação. Um olhar cujas características são de um paradigma dominante o qual exclui conhecimentos ditos “não eruditos”.

Palavras-chave: fotojornalismo; manifestações culturais; festas de junho; folkcomunicação.

ABSTRACT

This research is about the cultural marks and meanings production on the popular culture context, in honor of Catholics Saints of June: Saint Antony; Saint John and Saint Peter (with celebrations in June 13th, 24th and 30th respectively). These marks are found on the newspapers' photography of Tribuna do Norte (Natal, Rio Grande do Norte, Brazil) and Correio da Manhã (Lisbon, Portugal). All the photos were published in June 2012. The analysis has theory and methodology in Folkcommunication and in Sociocultural Photocatology. The investigation has focus in the meanings of these marks on the photojournalism about the popular parties and their practices. The study observes also a common view to report about popular culture, which has the influence of a hegemonic paradigm that considers itself the only true one.

Key-words: photojournalism; cultural practices; popular parties of June; folkcommunication.

ÍNDICE DE IMAGENS

Imagem 01: Estandarte de festa de junho no município de Natal, Rio Grande do Norte (Nordeste do Brasil) com imagem de Santo Antônio, carregando o menino Jesus em seus braços. Monge da Ordem Franciscana e doutor da Igreja é homenageado no dia 13 de junho. É também chamado de Santo Antônio de Pádua ou Santo Antônio de Lisboa. Nascido em Lisboa, Portugal, em 15 de agosto de 1195, morreu em Pádua, Itália, em 13 de junho de 1231.21

Imagem 02: Estandarte de festa de junho no município de Natal, Rio Grande do Norte (Nordeste do Brasil) com imagem de São João Batista, ainda menino ao lado de um cordeiro, representando o sacrifício do Messias. É o precursor de Jesus Cristo. Suas homenagens concentram-se em 24 de junho, data de seu nascimento. De acordo com a tradição popular no Brasil, Isabel, mãe de João teria feito uma fogueira para que sua prima Maria, mãe de Jesus, soubesse ao longe que o menino tinha nascido. João é também aquele que batiza Jesus Cristo nas águas do Rio Jordão (cuja bacia hidrográfica abrange a Palestina e Israel).23

Imagem 03: Estandarte de festa de junho no município de Natal, Rio Grande do Norte (Nordeste do Brasil) com imagem de São Pedro, com, segundo a tradição católica, as chaves dos céus nas mãos, sendo o comandante das chuvas pela tradição popular. Nasceu em Betsaida, Galiléia. Pescador em Carfanaum, tornou-se discípulo, líder dos apóstolos.24

Imagem 04: “Comemorações e simpatias em torno de Santo Antônio - padroeiro dos namorados - abrem as festas juninas, tradição nordestina com raízes na antiguidade” (SANTO, 2012).50

Imagem 05: “As quadrilhas são herança da corte francesa e foi introduzida no Brasil no século XVII, pelos portugueses. Eles celebraram as festas de São João, Santo Antônio e São Pedro no mês de junho” (VASCONCELOS, 2012, p. 03).52

Imagem 06: “Sob o olhar das banqueteadas, numa tarde foram produzidas canjicas, bolo de milho, pamonhas e bolo pé de moleque para abastecer a lojinha, que todo fim de tarde fica lotada” (TEMPORADA DA, 2012, p. 03)54

Imagem 07: Aumenta a produção deste prato típico nesta época do ano.54

Imagem 08: Bolo pé de moleque é uma tradição na culinária das festas populares do mês de junho.....55

Imagem 09: “Produção da pamonha e da canjica é toda artesanal” (TEMPORADA DA, 2012, p. 03).....	55
Imagem 10: O sanfoneiro tem o papel de animar as festas realizadas no mês do junho com o ritmo do forró.	58
Imagem 11: “LAMPEJOS DE SÃO JOÃO: <i>Fim de Semana</i> visita tradicional da rua São João, em Lagoa Seca (...)”.	59
Imagem 12: “O sagrado e o profano marcam cada um seu espaço na festa” (VIVANE, 2012, p. 06).	61
Imagem 13: “Publico se renova sem perder a tradição” (VIVANE, 2012, p. 06).....	62
Imagem 14: “Festival de Quadrilhas Juninas da cidade do Natal acontece no Ginásio Nélio Dias, na zona Norte” (FESTIVAIS E SHOWS, 2012, p. 08).....	63
Imagem 15: As chuvas marcam a celebração das festas de junho, época de inverno no nordeste brasileiro.	65
Imagem 16: Espalhadas pela cidade do Natal, as barracas marcam o imaginário local e dão o clima de festividade do mês.	66
Imagem 17: O elemento do fogo representado pela fogueira.	67
Imagem 18: Procissão de São Pedro no bairro de Alecrim em Natal.	69
Imagem 19: Procissão de São Pedro no bairro de Alecrim em Natal.	70
Imagem 20: “Um momento único com os 11 casais que deram o nó na Sé de Lisboa. No final, centenas de populares aguardavam” (CARVALHO, 2012, p. 27).	74
Imagem 21: “Sardinha assada atrai centenas ao bairro de Alfama” (NOGUEIRA, 2012, p. 27).	76
Imagem 22: “De regresso à competição, a marcha mostrou barcos, figurinos verdes e vermelhos, e evocou o mito de Ulisses e a fundação de Lisboa” (CARVALHO, 2012, p. 27).....	77
Imagem 23: o manjerico é o aroma da festa popular de Lisboa em homenagem a Santo António.	80
Imagem 24: procissão de Santo Antônio pelas ruas do bairro lisboeta de Alfama.....	81

LISTA DE QUADROS

Quadro 01: reportagens sobre o tema das festas populares em homenagem aos santos do mês de junho no jornal <i>Tribuna do Norte</i>	49
Quadro 02: Quantidade de reportagens sobre o tema em questão e se houve registro fotográfico em edições do mês de junho de 2012 do jornal <i>Correio da Manhã</i>	71

SUMÁRIO

1 A FESTA VAI COMEÇAR	14
1.1 AS FESTAS POPULARES DO MÊS DE JUNHO	21
1.1.1 A FESTA NO MUNICÍPIO DE NATAL	26
1.1.2 A FESTA NO MUNICÍPIO DE LISBOA.....	27
2 A FOTOGRAFIA DE JORNALISMO IMPRESSO SOBRE AS FESTAS POPULARES DO MÊS DE JUNHO	28
2.1 AS TEORIAS DA COMUNICAÇÃO MUDIÁTICA E AS FOTOGRAFIAS JORNALÍSTICAS DE IMPRENSA SOBRE AS FESTAS POPULARES DO MÊS DE JUNHO.....	29
2.1.1 FOTOGRAFIA JORNALÍSTICA	30
2.1.2 REGISTRO DA CULTURA POPULAR.....	32
2.1.3 CARÁTER HEGEMÔNICO NO FOTOJORNALISMO SOBRE CULTURA POPULAR	36
2.2 A PRODUÇÃO DE SENTIDO E AS FOTOGRAFIAS JORNALÍSTICAS	38
3 OS PREPARATIVOS DA FESTA.....	40
4 UM OLHAR SOBRE A FESTA.....	48
4.1 AS FOTOGRAFIAS DO JORNAL TRIBUNA DO NORTE	48
4.2 AS FOTOGRAFIAS DO JORNAL CORREIO DA MANHÃ	71
4.3 HÁ UMA FESTA ENTRE O SUL E O NORTE	82
5 A FESTA CONTINUA.....	89
6 REFERÊNCIAS	92
ANEXOS	

1 A FESTA VAI COMEÇAR



Nesta pesquisa, analisam-se imagens fotográficas jornalísticas publicadas pelos jornais *Tribuna do Norte* e *Correio da Manhã*, o primeiro com sede no município de Natal, capital do estado do Rio Grande do Norte (nordeste brasileiro) e o segundo na cidade de Lisboa, capital portuguesa. As imagens abordam as manifestações culturais populares em homenagens aos santos católicos Santo Antônio, São João Batista e São Pedro e foram veiculadas no período de todo mês de junho de 2012. Este capítulo tem caráter introdutório desta pesquisa.

Após a coleta de todas as edições dos jornais mencionados foram selecionadas reportagens jornalísticas claramente relacionadas aos manifestos culturais descritos. A atenção direcionou-se sobre as marcas culturais mais emblemáticas da cultura popular das duas cidades presentes nas fotografias. Buscou-se uma análise das imagens, com o apoio teórico e metodológico da Fotocartografia Sociocultural e da Folkcomunicação, observando a imagem como um mapa simbólico capaz de revelar aspectos socioculturais das comunidades retratadas.

A problemática desta investigação esteve pautada no seguinte: como a fotografia jornalística pode representar as marcas culturais populares do mês de junho nas regiões metropolitanas das cidades de Natal, Rio Grande do Norte (nordeste brasileiro) e de Lisboa, capital portuguesa, presente nos jornais *Tribuna do Norte* e *Correio da Manhã*, com sede respectiva nestes municípios?

Tomou-se como objetivo geral investigar o significado das marcas culturais das manifestações culturais em homenagem aos santos católicos do mês de junho nas fotografias jornalísticas dos periódicos relacionados naquele recorte de tempo. Sendo assim, como objetivos específicos:

A. Analisar a linguagem fotográfica na representação das marcas e dos aspectos culturais natalenses e lisboetas nas imagens dos jornais *Tribuna do Norte* e *Correio da Manhã*;

B. Contribuir com uma reflexão sobre o registro fotojornalístico das manifestações populares, como difusão de uma cultura popular de uma região, intrínseco à midiatização;

C. Discutir o processo folkcomunicacional na fotografia jornalística;

Nesta investigação, apresenta-se um diálogo sobre produção de sentido na fotografia jornalística voltada ao registro e informação sobre as

manifestações da cultura popular, no âmbito da comunicação midiática. Leva-se em conta que “cultura é uma preocupação contemporânea, bem viva nos tempos atuais. É uma preocupação em entender os muitos caminhos que conduziram os grupos humanos às suas relações presentes e suas perspectivas de futuro” (DOS SANTOS, 2006, p.7), pois é um processo dinâmico e em construção como observou Beltrão (2004).

Nesse caminho, a fotografia auxilia a manter um diálogo sobre seu caráter de registro visual. Documentação a partir de seu uso no jornalismo, uma vez que “a expressão cultural dos povos através de seus costumes, habitação, monumentos, mitos e religiões, fatos sociais e políticos passaram a ser gradativamente documentada pela câmara” (KOSSOY, 1989, p. 15).

É proposta uma contribuição sobre os estudos da mídia voltados à compreensão das marcas da cultura popular na fotografia jornalística, observando as manifestações que estiveram sempre ao redor como parte de sociedade em que os investigadores estão inseridos. Essa abordagem converge com o conselho do folclorista potiguar Câmara Cascudo ao comunicólogo pernambucano Luiz Beltrão: “Não espere que venha um nome de fora, um livro de longe, ensinando a amar o que temos ao alcance dos olhos. [...] Acima de tudo, veja com seus olhos. Ande com seus pés” (CASCUDO, 1965, p. 133-140).

Neste estudo, entende-se por cultura como sendo

todo conhecimento que uma sociedade tem sobre si mesma, sobre outras sociedades, sobre o meio material em que vive e sobre a própria existência. Cultura inclui ainda as maneiras como esse conhecimento é expresso por uma sociedade, como é o caso de sua arte, religião, esportes e jogos, tecnologia, ciência, política (DOS SANTOS, 2006, p. 41).

Existem dois conceitos de cultura, uma considerada mais erudita, pertencente às elites, a uma classe de conhecimento hegemônico, e outra realizada por uma camada da sociedade com menos instrução, uma classe considerada com saber contrahegemônico.

Entende-se, então, por cultura popular as manifestações culturais dessas classes, manifestações diferentes da cultura dominante, que estão fora de suas instituições, que existem

independentemente delas, mesmo sendo suas contemporâneas (DOS SANTOS, 2006, p. 55).

Quando se observa a capacidade de analisar imagens sobre cultura, os conhecimentos gerados nesse cenário de vivências são ativados inconscientemente, influenciando-se a forma de interpretar o retrato fotográfico, isto é, se possui uma relação com o retratado ou não. Também se leva em conta que o conhecimento necessário para desenvolver o ato de ler imagens pode ser visto como conhecimento cultural adquirido como analisa Dubois (1993). Por sua vez, isso remete a uma codificação existente na linguagem visual no qual “a caixa fotográfica não é um agente reprodutor neutro, mas uma máquina de efeitos deliberados. Ao mesmo modo que a língua é um problema de convenção e instrumento de análise e interpretação do real” (DUBOIS, 1993, p. 40-41). Deve-se, então, observar o caráter de código da imagem fotográfica, pois ela oferta ao seu leitor um determinado ângulo de visão, uma distância e enquadramento escolhidos frente ao objeto retratado, além de abstrair de três para duas dimensões do papel fotográfico.

Na fotografia jornalística, há uma tentativa de codificar o mundo a partir da imagem, tomando-se como referencial as opções do fotojornalista, uma vez que sua cultura também influencia na forma de realizar a imagem. Mais claramente, recorta-se um acontecimento em imagem fotojornalística agregada a um suporte noticioso, a fim de provocar um debate sobre o cotidiano.

O fotojornalismo é uma actividade singular que usa a fotografia como um veículo de observação, de informação, de análise e de opinião sobre a vida humana e as consequências que ela traz ao Planeta. A fotografia jornalística mostra, revela, expõe, denuncia, opina. Dá informação e ajuda a credibilizar a informação textual. Pode ser usada em vários suportes, desde os jornais e revistas, às exposições e aos boletins de empresa. O domínio das linguagens, técnicas e equipamentos fotojornalísticos é, assim, uma mais-valia para qualquer profissional da comunicação. (SOUSA, 2004, p. 5)

Sendo assim, as análises sobre as fotografias jornalísticas, no caso desta pesquisa, tentam revelar como pode acontecer a codificação de uma cultura popular em imagem visual, sua apreensão.

Quanto à metodologia, a abordagem da pesquisa é qualitativa, pois, de acordo com Minayo (1993, p. 21), “trabalha com o universo dos significados, motivos, aspirações, crenças, valores, atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e fenômenos”.

A estratégia metodológica é dividida em duas etapas. A primeira para coleta os dados das edições dos jornais. Realizou-se uma coleta das edições impressas dos jornais *Tribuna do Norte* e *Correio da Manhã* em todo o período do mês de junho do ano de 2012. Com esse trabalho, há acesso e contato imediatos ao dispositivo midiático em que as imagens jornalísticas estão impressas, conforme aconselha Mouillaud (2002), ao considerar a mídia a qual o conteúdo da mensagem está atrelado, pois “o dispositivo prepara para o sentido” (MOUILLAUD, 2002, p. 30).

A segunda compreende quanto à análise dessas imagens, em que se identificaram e se analisam as culturas populares nas fotografias jornalísticas como o apoio da Fotocartografia Sociocultural, cujo método de estudo é definido por Nobre (2011, p. 53):

Defendemos que essa estratégia metodológica oferece relevância à pesquisa qualitativa, (...) primeiramente por favorecer a partilha de ideias de diferentes campos do saber e por proporcionar uma visão mais abrangente do cotidiano sociocultural pelo uso de imagens (...). Traduzindo-se nessa direção, como uma tentativa do pesquisador para conhecer e revelar as relações socioculturais vividas pelos sujeitos da pesquisa, em seu território.

Com base na Fotocartografia Sociocultural, averiguou-se até qual ponto as imagens dos jornais podem revelar um mapa panorâmico dos aspectos culturais populares típicos de um local, uma região. Além disso, a fotografia jornalística foi analisada como fonte de significados que representam, simbolicamente, essa cultura popular exposta nas manifestações das festas do mês de junho sob os aspectos das categorias: religiosidade; lazer e saberes tradicionais (NOBRE 2011), acrescentando-se aqui a economia (turismo; agricultura e pesca) como mais uma categoria observada.

Nessa perspectiva, a teoria e método Folkcomunicacional, defendida por Beltrão (1971), ajuda a entender as festas populares em homenagem aos santos católicos do mês de junho e seus significados comunicacionais no

passado e no presente, no local e no global e ainda no profano e no sagrado, observando como são retratadas pela mídia fotográfica jornalística, quais as singularidades e qual a presença de marcas culturais reforçam as identidades populares regionais e locais.

Em segundo momento, apresenta-se um estudo complementar sobre o modo como a cultura popular é retratada nos dois jornais. Utilizando-se como base a Epistemologia do Sul e a Ecologia dos Saberes de Boaventura de Sousa Santos. Para Santos (2009), há duas formas de epistemologia do conhecimento, uma hegemônica, que se trata como a única forma de produção de conhecimento, e a outra que descreve esse processo de uma forma mais plural, que provém de culturas e de classes contrahegemônicas. Ao primeiro, o autor chama de Epistemologia do Norte e ao segundo de Epistemologia do Sul. Sua denominação de Norte e Sul é sobre a influência da Europa Ocidental (Norte) sobre as ex-colônias (Sul). Entretanto, Santos (2009) também afirma que esta divisão não é apenas geográfica, uma vez que o Norte geográfico possui a sua parcela de “terceiro mundo”, representada por imigrantes, ciganos, classes sociais com menor poder aquisitivo e instrução etc, e o Sul global também possui seus nichos de “Europa”, com minorias elitistas capitalistas que ditam as formas de produção política e cultural.

Somente as classes dominantes expõem a sua visão de mundo a partir, por exemplo, do jornalismo em grandes veículos de comunicação e para manifestar as suas ideias, as classes menos favorecidas precisam de outras formas de comunicação.

Ao se observar esta distinção na produção de conhecimento, encontra-se uma convergência com Beltrão (1980) e sua teoria de “comunicação dos marginalizados” sobre os modos de agir da Folkcomunicação.

É imprescindível a cada comunidade ter a imagem mais próxima possível sobre sua própria cultura e a de outros povos. Todavia, pensa-se o quanto nem sempre suas representações visuais no jornalismo fotográfico refletem isso, passando a demonstrar a visão da cultura dominante sobre a cultura popular. Dessa maneira, identifica-se se em tais jornais também recorrem da Epistemologia do Norte para retratarem a cultura popular em homenagem aos santos católicos do mês de junho.

Com essa matéria introdutória intitulada “A Festa vai começar”, ao todo, cinco capítulos compõem este estudo. Intitulado “A Fotografia de Jornalismo Impresso sobre as Festas Populares do Mês de Junho” o capítulo expõe uma análise teórica sobre o jornalismo impresso e o registro da cultura popular sob o ponto de vista dos Estudos da Mídia e na linha de pesquisa de Produção de Sentido.

No seguinte, “Os Preparativos da Festa”, apresenta-se o percurso metodológico utilizado e as ferramentas presentes nesta investigação para tratar o objeto de estudo, de acordo com a problemática e objetivos previsto no projeto inicial, no âmbito da Comunicação Social. Descrevem-se os passos tomados como surgimento do interesse pelo tema escolhido, os métodos e técnicas de apoio para estudo científico etc.

“Um Olhar sobre a Festa”, traz os resultados da análise em cada um dos jornais escolhidos, aplicando a metodologia e a teoria descritas nos capítulos anteriores e apresenta um estudo complementar com as observações realizadas na última parte deste capítulo.

Por último, conclui-se com “A Festa Continua”, no qual são relacionadas algumas considerações acerca das reflexões e análise realizadas durante toda a pesquisa, apontando alguns caminhos para o diálogo com outros pesquisadores e profissionais da Comunicação Social.

Esta pesquisa foi desenvolvida a partir de estudos realizados no Grupo de Estudos IMACCUS – Imagem, Comunicação, Cultura e Sociedade, no Grupo de Pesquisas Pragmática da Comunicação e da Mídia – PRAGMA, no Grupo de Estudos BOA-VENTURA - CCHLA/UFRN, em convênio com a Universidade de Coimbra-Portugal e na Rede de Pesquisadores em Folkcomunicação - Rede FOLKCOM.

1.1 AS FESTAS POPULARES DO MÊS DE JUNHO

Ao redor do mundo, a cultura humana pode se expressar em várias manifestações sejam elas coletivas ou particulares. A partir da religião, o homem pode interagir socialmente em busca de uma comunicação com o divino, uma entidade superior, guia, uma orientação para seus passos ao longo da vida (havendo desde já um processo de comunicação). Podem ser vários os instrumentos para esta comunicação. Esta reflexão centra-se em um deles, as festas populares.

A celebração requer um motivo. Nos tempos da pré-história ou em comunidades tribais contemporâneas a razão centra-se na colheita farta, no tempo de fertilidade com as chuvas, na passagem de um indivíduo a idade de maturidade e maior participação coletiva ou de um grupo para outro patamar ou ainda comemoram-se a data de nascimento de uma divindade ou o martírio dela em meio a elementos profanos. É interessante notar a relação entre sagrado e profano como uma característica em muitas das festas populares ao redor do mundo. De acordo com Durkheim (2008), as festas são elementos recreativos e estéticos, nas quais se rompe o cotidiano e se ganha energia para voltar à rotina, mas também elemento de interação social e mediação entre culturas. Para a Beltrão (1980, p. 61), as festas populares

são grandes concentrações de povo em honra de um santo (católicas), de um orixá (umbanda-candomblé) ou de participação em uma experiência mística extraordinária (benção, batismos coletivos, sessões públicas de orações e cura de diferentes congregações evangélicas, ou manifestações mediúnicas espíritistas, que atraem multidões).

As festividades do mês de junho, no calendário litúrgico da Igreja Católica, são em homenagem principalmente a Santo Antônio, São João e São Pedro (respectivamente dias 13, 24 e 29), cuja categorização Benjamin (2004) classifica como festas religiosas espontâneas, as quais, em sua maioria foram institucionalizadas por interesses das classes hegemônicas.

Imagem 01: Estandarte de festa de junho no município de Natal, Rio Grande do Norte (Nordeste do Brasil) com imagem de Santo Antônio, carregando o menino Jesus em seus braços. Monge da Ordem Franciscana e doutor da Igreja é homenageado no dia

13 de junho. É também chamado de Santo Antônio de Pádua ou Santo Antônio de Lisboa. Nascido em Lisboa, Portugal, em 15 de agosto de 1195, morreu em Pádua, Itália, em 13 de junho de 1231.



Autor: Élmano Ricarte de Azevêdo Souza, 2012.

Imagem 02: Estandarte de festa de junho no município de Natal, Rio Grande do Norte (Nordeste do Brasil) com imagem de São João Batista, ainda menino ao lado de um cordeiro, representando o sacrifício do Messias. É o precursor de Jesus Cristo. Suas homenagens concentram-se em 24 de junho, data de seu nascimento. De acordo com a tradição popular no Brasil, Isabel, mãe de João teria feito uma fogueira para que sua prima Maria, mãe de Jesus, soubesse ao longe que o menino tinha nascido. João é também aquele que batiza Jesus Cristo nas águas do Rio Jordão (cuja bacia hidrográfica abrange a Palestina e Israel).



Autor: Elmano Ricarte de Azevêdo Souza, 2012.

Imagem 03: Estandarte de festa de junho no município de Natal, Rio Grande do Norte (Nordeste do Brasil) com imagem de São Pedro, com, segundo a tradição católica, as chaves dos céus nas mãos, sendo o comandante das chuvas pela tradição popular. Nasceu em Betsaida, Galiléia. Pescador em Carfanaum, tornou-se discípulo, líder dos apóstolos.



Autor: Élmano Ricarte de Azevêdo Souza, 2012.

Durante todo o mês, os devotos realizam festas religiosas e profanas em comemoração por graças alcançadas com a intercessão dos santos católicos. Uma hibridização utilizada pela Igreja Católica desde o Concílio de Nicéia, apropriando-se das práticas pagãs para pregar o cristianismo conforme os novos cânones. Segundo Cascudo (2000), a celebração de casamentos, por exemplo, neste período do ano, dá-se ao fato de haver uma fertilidade na agricultura (no Brasil) e pesca (em Portugal) e não somente em homenagem ao

Santo Antônio, conhecido como casamenteiro. Outro aspecto observado pelo folclorista potiguar é a fogueira em honra a São João como uma tradição no Brasil, não havendo comprovação na bíblia, mas uma marca posta pelos jesuítas no período colonial para atrair os indígenas para os tempos de festividade. Porém, o culto ao fogo era recorrente também nas culturas grega e romana na antiguidade. Alguns destes aspectos são observados mais adiante a partir do fotojornalismo nesta pesquisa.

As festas populares, segundo Marques de Melo (2008, p. 77), são ainda momentos nos quais classes sociais dialogam e interagem, “coexistindo de forma aparente, mas na verdade enfrentando-se, ora sutil, ora de modo ostensivo, na tentativa de conquistar a hegemonia cultural”. Diante deste cenário, o autor afirma que o ambiente da festa é um vasto processo de comunicação: “(...) na medida em que agentes socialmente desnivelados operam intercâmbios sígnicos, negociam significados e produzem mensagens coletivas, cujo conteúdo vai se alterando conjuntamente, sempre de acordo com a correlação de forças em movimento”. Trigueiro (2007, p. 108) acrescenta que

(...) é através das festas que se organizam e divulgam as suas culturas e as suas memórias. São nas observações e nas interpretações das festas populares que se torna possível descobrir os códigos, as regras e os estatutos construtores do ensinar e aprender as diversidades da cultura (...), consequentemente, o desenvolvimento da identidade de um povo.

Ainda de acordo com Marques de Melo (2008, p. 78), os processos de comunicação da festa podem ser divididos em:

- a) A festa enquanto ativadora das relações humanas, produzindo comunhão grupal ou comunitária em torno de motivações socialmente relevantes. Trata-se de um fluxo de *comunicação interpessoal*;
- b) A festa enquanto mobilizadora das relações entre os grupos primários e a coletividade, através das mediações tecnológicas propiciadas pelas indústrias culturais midiáticas, em espaços geograficamente delimitados – locais, regionais, nacionais. Trata-se de um fluxo de *comunicação massiva*;
- c) A festa enquanto articuladora de relações institucionais, desencadeando iniciativas de entidades enraizadas comunitariamente e antenadas coletivamente, que decidem o

que celebrar, em que circunstâncias, com que parceiros. Trata-se de um fluxo de *intermediação comunicativa*, produzindo a interação das comunicações interpessoais e massivas.

O viés (ou bias) escolhido para estudar as festas populares do mês de junho é o, principalmente, de letra b, uma vez que se analisa a celebração sob o processo de mediação do fotojornalismo dos periódicos *Tribuna do Norte* e *Correio da Manhã*, buscando identificar as marcas socioculturais que aquelas imagens podem revelar. Mas não deixando de lado os demais.

Dessa forma, partilha-se da ideia de Trigueiro (2007, p. 109), ao afirmar a existência de um campo híbrido entre o tradicional e o midiático para ser investigado.

Não se pode negar que as festas populares estão agregando valores culturais da sociedade midiática, assim como a sociedade midiática agrega valores culturais da sociedade tradicional. É nesse (...) campo híbrido entre o midiático e o tradicional que emerge uma cultura de base local veiculada à cultura global em fluxos continuados de apropriação e incorporação de novos significados (...). É quase impossível organizar e realizar festas populares fora do contexto da sociedade midiática, até porque os produtores e os seus brincantes estão inseridos nos contextos desses campos culturais.

Contudo, vale ressaltar por último os efeitos que esta hibridização tem produzido de acordo com Benjamin (2004, p. 136) ao alertar que: “As festas, em geral, vêm sofrendo significativas mudanças em sua organização, no Brasil, resultantes da massificação da cultura, da urbanização, da divisão do trabalho e da modalidade da economia capitalista adotada”. E essa preocupação precisa ser averiguada.

1.1.1 A FESTA NO MUNICÍPIO DE NATAL

Na região metropolitana do município de Natal, capital do estado do Rio Grande do Norte (nordeste brasileiro), com cerca de 1 milhão e 400 mil habitantes (BRASIL, 2010), as principais festas são em homenagem a São João e ocorrem com destaque em bairros populares como Cidade da Esperança e Felipe Camarão (Zona Oeste), Mãe Luiza, Rocas e Santos Reis (Zona Leste), Alecrim, Quintas e Cidade Satélite (Zona Sul e Centro) e Panatis,

Parque das Dunas, Igapó e Santa Catarina (Zona Norte), e também nas cidades de São Gonçalo do Amarante, Extremoz, Parnamirim, Ceará-Mirim, Macaíba, São José de Mipibu, Nísia Floresta, Monte Alegre e Vera Cruz (Grande Natal). São em sua maioria festas com procissões e carreatas com fiéis pelas ruas das cidades, feiras de comidas típicas da região nordeste do Brasil a base de milho, como, por exemplo, canjica, mungunzá e pamonha, arraiais em vias públicas, quadrilhas juninas e concursos de quadrilhas matutas e estilizadas, realizados por emissoras televisão e por entidades públicas e privadas.

1.1.2 A FESTA NO MUNICÍPIO DE LISBOA

Na área metropolitana da cidade de Lisboa, capital portuguesa, com mais de 2 milhões e 600mil habitantes (SOARES; DOMINGUES, 2003), as principais festas são em homenagem a Santo Antônio e ocorrem, com destaque, nas áreas turísticas como na praça Restauradores, na região do cais porto, no pavilhão Atlântico e ainda nos municípios de Azambuja, Mafra, Amadora, Cascais, Lisboa, Loures, Odivelas, Oeiras, Sintra, Vila Franca de Xira, Alcochete, Almada, Barreiro, Moita, Montijo, Palmela, Seixal, Sesimbra e Setúbal. São em sua maioria, casamentos coletivos como os que ocorrem na Catedral da Sé da capital, grandes banquetes populares como os das Festas das Sardinhas, apresentações ao ar livre em praças e logradouros públicos com artistas locais e convidados e os desfiles das Marchas Populares, que reúnem os habitantes das freguesias para apresentações gratuitas com participantes em trajes estilizados ao som de marchas com temas locais e globais ou elementos e marcas naturais da região lisboeta como o fado, personalidades da vida pública ou ainda a fauna e flora ou os descobrimentos por exemplo.

2 A FOTOGRAFIA DE JORNALISMO IMPRESSO SOBRE AS FESTAS POPULARES DO MÊS DE JUNHO



Este capítulo tem caráter teórico e apresenta a fonte de estudo em dois pontos tópicos.

2.1 AS TEORIAS DA COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA E AS FOTOGRAFIAS JORNALÍSTICAS DE IMPRENSA SOBRE AS FESTAS POPULARES DO MÊS DE JUNHO

Ao se debruçar sobre a fonte empírica de investigação, reflete-se sobre sua essência, sobre a sua localização no campo da teoria da comunicação midiática. Nessa direção, constrói-se um diálogo com os conceitos de alguns autores, a partir de uma pesquisa bibliográfica. A fotografia jornalística é relacionada com as marcas investigadas. Observa-se a imagem jornalística e seus aspectos em um debate teórico dentro da área de pesquisa escolhida para investigação.

Ao se observar como discutiu Latour (2006) sobre os dois ângulos de se ter o conceito de “social”, tanto nas ciências humanas quanto nas naturais, recorda-se que por se tratar de um recorte na área de teoria da comunicação midiática, não se aborda o caráter físico do papel fotográfico e tão pouco a sua fixação química ou eletrônica digital por interação com os raios de luz que saem do objeto ao se registrar uma cena. Ou seja, utiliza-se apenas a abordagem do ponto de vista das ciências humanas, todavia não esquecendo que há outro ângulo de investigação que possa ser utilizado por outros pesquisadores. Essas considerações seguem ainda a perspectiva de Heidegger (2007, p. 384), orientando ao pesquisador a descobrir a essência do que se estuda, ao afirmar que:

Se, portanto, o homem, ao pesquisar e observar, persegue a natureza enquanto uma região de seu representar, então ele já é convocado por um modo de desabrigoamento que o desafia a ir ao encontro da natureza enquanto um objeto de pesquisa, até que também o objeto desapareça na ausência de objeto da subsistência.

Isto é, o pesquisador deve colocar-se frente ao seu referencial de estudo e buscar o que é oculto, não apenas que já foi pensado sobre ele, como também tecer novas observações a partir de seus passos.

Nesse sentido, com as obras dos autores estudados, a partir da pesquisa bibliográfica, observaram-se três perspectivas. Elas vão servir para que seja feita uma “tessitura teórica” dentro do diálogo com os conceitos. São elas: Fotografia Jornalística; Registro da Cultura Popular e Caráter Hegemônico na Fotografia Jornalística sobre a Cultura Popular.

2.1.1 Fotografia Jornalística

O primeiro aspecto constatado é de por se tratar de uma imagem publicada em um dispositivo impresso, há uma produção de sentido diferente daquela que esteja em um museu, guardada em um álbum de família e de amigos, pois, de acordo com Mouillaud (2002, p. 30), “o dispositivo prepara para o sentido”. Mouillaud (2002) expõe uma descrição dos sentidos produzidos em várias formas de usos dos dispositivos na transmissão de uma mensagem, como, por exemplo, diante de suas formas de apresentação. No caso do jornal impresso, o material utilizado, um papel com alta tiragem e de qualidade reduzida, acaba por conduzir a uma dada compreensão da intenção comunicativa de uma mensagem.

Referente à fotografia jornalística, a imagem impressa no jornal, traz a possibilidade de contato com o resultado de um processo de prensa e ainda com o restante que está impresso no papel do jornal e pode ser visto de uma vez, para depois ser lido paulatinamente se o receptor assim desejar, sem selecionar um conteúdo a parte ou ampliado como em um computador por exemplo. É uma prática a qual pode gerar um sentido diferente, cujo leitor daquela imagem teria se a mesma estivesse em outro dispositivo (aqui não se entra na discussão sobre o valor do jornal impresso ou retirar o mérito de outros dispositivos).

Pode-se afirmar ainda, com as ideias de Mouillaud (2002), da dificuldade de analisar uma fotografia jornalística de imprensa se o pesquisador separá-la do jornal. A posição da fotografia jornalística na página impressa pode ter um sentido como constata Baudrillard (2006), ao nos falar sobre os sentidos e significados produzidos a partir da disposição, material e cor dos elementos dentro de um ambiente, seja ele doméstico ou de trabalho. O que converge

com as considerações de Mouillaud (2002), pois, a partir dos apontamentos, com Baudrillard (2006), observam-se como as fotos podem estar dispostas no texto jornalístico e o sentido produzido em sua informação, como também se houver outros elementos como cores, infográficos os quais possam atribuir mais informações à imagem. Sendo assim, além da cor do papel do jornal, as cores das letras do título da reportagem estão atrelados à fotografia como fundamentais para a construção do sentido da imagem de periódicos.

No processo de impressão, outra nuance pode ser observada: ao passo em que a fotografia jornalística é publicada, ocorre sua reprodução técnica em vários exemplares do mesmo periódico. Sua apreciação pode ser realizada em vários lugares e pode acompanhar ao seu leitor. Isso configura uma quebra de uma “aura” no processo de leitura da imagem, que antes podia ser considerada uma obra única, artística e de contemplação ritualística, como constata Benjamin (1994), passando a ser um instrumento de comunicação entre o ser humano em sua relação com o mundo concreto, pois a imagem pode registrar aquilo que não está ao alcance. Sendo assim, segundo Benjamin (1994, p. 173), “à medida que as obras de arte se emancipam do seu uso ritual, aumentam as ocasiões para que elas sejam expostas”.

Com a fotografia jornalística, o acontecimento passou, dadas as limitações do papel fotográfico, a não ser somente uma experiência observada por aqueles presentes no momento em que a cena fora captada, não mais acessível apenas a poucos. O conhecimento passa então a circular a partir do captado naquela imagem.

Entretanto, ressalta-se que a mensagem visual presente na fotografia jornalística precisa ser interpretada para produzir sentido. Toma-se assim, o papel de receptor dessa mensagem como consta Martín-Barbero (1995) em seus estudos sobre a recepção. Sob a óptica deste autor, pode-se refletir se a fotografia jornalística busca atingir a um consumidor, esta pode ser vista como elemento de “interação-comunicação”. Sendo assim, não se tomou a atitude de apenas observar e constatar marcas culturais, mas de também interpretá-las, compreender como elas reforçam a mensagem visual, pois, de acordo com Martín-Barbero (1995, p. 55), “(...) temos que estudar não o que fazem os meios com as pessoas, mas o que fazem as pessoas com elas mesmas, o que elas fazem com os meios, sua leitura.” Ou seja, concentra-se o foco de estudo

sobre a fotografia jornalística publicada nos jornais quanto a sua leitura, seu significado no contexto da cultura popular.

2.1.2 Registro Da Cultura Popular

O ato de fotografar pode ajudar ao homem a se comunicar e a levar uma mensagem a seus pares, sejam eles próximos ou distantes, contemporâneos ou em um tempo futuro. Registrar o que se passa diante dos olhos requer o uso de signos comuns entre seus interlocutores. Por isso, algumas vezes, ao observar algumas imagens, elas podem produzir sentido ou não em sua interpretação. A fotografia jornalística vem como uma possibilidade do homem levar a outros a sua mensagem no dispositivo do jornal impresso. Na ausência do emissor, aquele o qual presenciou e registrou a manifestação cultural popular, a fotografia jornalística pode tentar contar por seu autor. Pross (1990, p. 164, tradução nossa) afirma que:

No registro, entram, então, em relação à multiplicação e duração do signo dado. O que não estava destinado a durar pode alcançar também duração, como também tudo o que se remete a seus registros anteriores, como cadernos escolares ou poemas juvenis ou ideias pintadas. A comunicação possui tendência à transmissão temporal.

Como registro das manifestações culturais, há a possibilidade de, por meio da imagem jornalística, propagar não apenas o acontecimento (uma celebração em homenagem a um santo católico, por exemplo) em um tempo presente como também no futuro para se observar como foi realizada em uma determinada época. “Esta tendência é seguida por todos os tipos de imagem e escrita, antes e depois da invenção da imprensa e das técnicas que ela pôs em curso” (PROSS, 1990, p. 164, tradução nossa). Sendo assim, poder-se-iam ver, em determinado momento recortado pela imagem, quais seus costumes, qual identidade cultural, como a mesma forma de manifestação transformou-se ao longo dos tempos ou as mudanças possíveis. São eventuais possibilidades os quais estes registros podem evidenciar se o jornalismo incluir a cultura em sua pauta.

As produções visuais publicadas nos jornais poderiam colaborar com as ciências na construção do conhecimento sobre essas culturas do povo.

Assim, parece que as notícias, enquanto forma de conhecimento, contribuem com o registro que produzem dos acontecimentos, não só para a história e para a sociologia, mas também para o folclore e a literatura; contribuem de algum modo não apenas para as ciências sociais mas também para as humanidades (PARK, 2002, p. 44).

Esta característica inerente ao produzido pelo jornalismo é descrito por Marques de Melo (1975, p. 23) dentro de um “Conceito Antropológico”, cuja definição aponta para “a Comunicação como veículo de transmissão de cultura ou como formador da bagagem cultural de cada indivíduo na sociedade”. Também convergindo para um “Conceito Pedagógico”. Todavia,

O conceito pedagógico visualiza fundamentalmente a Comunicação como processo de aprendizagem; enquanto isso, o conceito antropológico tem um horizonte mais vasto, identificando a Comunicação não apenas como um veículo de aquisição de bagagem cultural por parte do indivíduo, mas também como instrumento formador de cultura (MARQUES DE MELO. 1975, p. 23).

De um modo geral, a fotografia jornalística sobre estas manifestações da cultura popular podem favorecer a um crescimento do indivíduo. E ainda, neste âmbito, quando há o registro de ritos previstos em calendários determinados pela tradição sociocultural de uma localidade ou região como é o caso da cultura popular celebrada nos meses de junho no município de Natal e na cidade de Lisboa, pode haver o que Pross (1990, p. 168, tradução nossa) chama de “supersímbolo”:

na perspectiva da teoria dos signos, poderia denominar-se o jornalismo um supersímbolo, por apresentar graficamente uma hierarquia de símbolos o qual deve representar ao tempo inserido em um ritual calendário no *modus*, material de papel e impressão.

Ou seja, dentro do contexto social às notícias vinculadas a estes fenômenos podem colaborar para a construção de um tempo simbólico coletivo vivido no período da festa. Por exemplo, quando um jornal publica determinada

manifestação que se passa somente naquela época, pode demarcar a sua chegada sobre o calendário inconsciente dos seus interpretantes, mencionando assim: a festa popular está em evidência, faz parte da vida cotidiana.

Debray (2000, p. 13) recorda o ato de transmitir como “um termo regulador e ordenador em razão de um triplo nível: material; diacrônico e político”. Para transmitir, o homem precisa materializar (ter um dispositivo) para sua comunicação, acarretando o registro de um tempo. Pode existir uma tentativa de eternizar o acontecimento com o ato fotográfico, como uma memória comum. Nas palavras de Debray (2000, p. 23):

Ora, para conseguir uma travessia do tempo, para perenizar, devo (eu, emissor qualquer), simultaneamente, materializar e coletivizar. Duplo trabalho de elaboração que fabricará algo de memorável ao mesmo tempo que modela memorandos. Algo de memorável: via coisas mortas transformadas em monumentos porque a matéria conserva os vestígios; memorandos, via uma corrente coletiva de recreação porque somente os seres vivos podem reanimar o sentido que está adormecido nos vestígios.

Sendo assim, enquanto receptor, leitor, da fotografia jornalística em busca das marcas da cultura popular, o investigador tem o papel de “reanimar” a mensagem e a interpretar com seus códigos culturais expressos pelas cenas retratadas. Quando a fotografia jornalística passa a reproduzir as tradições da cultura popular, pode haver assim “perduração”. Acredita-se que a fotografia jornalística pode ser um depósito de vestígios, ultrapassando espaço e tempo, tentando realizar a comunicação entre seres distantes em torno de uma cultura.

Essa mídia pode assumir um papel de extensão do corpo humano como discute McLuhan (2000; 2005). Isto é, fora do seu alcance tangível, o ser humano pode observar: sua visão se amplia com a foto. Portanto, o jornalismo fotográfico pode expor a cultura popular de um local ou região a outros não presentes naquele instante, um mapa, uma cartografia (NOBRE, 2011), mas os quais lá mantêm a sua raiz cultural, levando este leitor a uma consciência de pertencimento de um mesmo grupo, apesar dos limites geográficos. Com aquela imagem, pode-se estar longe e observar de “perto” os detalhes da cena. Sodré (2006, p. 97) denomina, dentro do pensamento cristão, essa “ausência” do objeto de “encarnação, já que só a imagem poderia realmente encarnar

alguma coisa, por seu poder específico de mostrar, encenando corpos, espaços e formas”. As marcas da cultura popular podem se encarnar na fotografia jornalística (no caso, na de impressa).

É importante observar ainda: ao materializar aquela cena no papel fotojornalístico, o fotógrafo opera com escolhas. Ele não pode enquadrar tudo da cena nas quatro linhas da imagem. Daquilo que escolhe, pode capturar apenas um ângulo de um determinado momento, fazer uma determinada composição fotográfica. Sodré (2006, p. 97) esclarece que “(...) a transformação de um objeto em imagem implica a negação de dimensões materiais como o relevo, o peso, o cheiro, mas também o tempo e o sentido. Reduzem-se a duas as três dimensões do universo”. Essa ação é denominada por Flusser (2008, p. 14), de “abstrair”. “As imagens abstraem, portanto, a profundidade da circunstância e a fixam em planos, transformam a circunstância em cena”. A fotografia jornalística traduz, abstrai, a terceira dimensão do mundo concreto em bidimensional.

A máquina fotográfica pode ser o aparelho ideal para o ato de fazer imagens, transformando o mundo concreto, palpável, em imagem, imaginável, pois

os produtores de imagens técnicas tateiam. Condensam, nas pontas dos dedos imagens. As teclas que operam fazem com que aparelhos juntem elementos pontuais para os transformar em imagens. Tais imagens não são superfícies efetivas, mas superfícies imaginadas (FLUSSER, 2008, p. 36).

A imagem no jornal fornece ao seu leitor um mundo em miniatura, como um pequeno mapa como também discute Nobre (2011) sobre a Fotocartografia Sociocultural. “A imaginação do imaginador abriu para mim, tornou imaginável para mim, todo um universo novo: o universo da ópera miniaturizada” (FLUSSER, 2008, p. 42). Passando a ser o acontecimento aquilo que aparece representado, mapeado para o leitor, na imagem jornalística.

Neste âmbito, um signo visual pode contribuir com o registro da cultura popular, a partir da mediação apontada por Sodré (2006, p. 91):

Mediação é o ato originário de qualquer cognição, porque implica o trânsito ou ‘comunicação’ da propriedade de um

elemento para outro, por meio de um terceiro termo. Este terceiro é precisamente o signo, um meio de articular dois elementos diversos, por exemplo, um objeto e uma ideia interpretante. O signo é, portanto, um meio (médium) de comunicação por tornar possível a partilha de uma experiência.

Sodré (2006, p. 92) complementa que a mediação “articula relações de determinação e de representação”. Então, os signos presentes na fotografia jornalística sobre as manifestações e marcas culturais podem ser capazes de representar a cultura popular de uma região ou localidade.

2.1.3 Caráter Hegemônico no Fotojornalismo sobre Cultura Popular

Há uma possibilidade de homogeneização do *modus operandi* ao registrar os acontecimentos na produção dos jornais impressos. De forma recorrente, encontram-se abordagens semelhantes sobre determinados assuntos. As pautas definidas para a atividade jornalística são muito próximas, similares na sua forma de cobrir determinados fatos do cotidiano.

Ao se abrir uma edição de dois jornais de uma mesma cidade, por exemplo, pode haver as mesmas reportagens sob ângulos e até mesmo diagramação análogos. Seja uma matéria sobre saúde pública, infraestrutura urbana, educação pública etc. Neste estudo, busca-se identificar se o mesmo pode ocorrer com a fotografia jornalística sobre a cultura popular.

Diante desse quadro, Verón (2004) ajuda a pensar que a diversidade e complexidade de formas de registro de um acontecimento podem estar ameaçadas. Entre as razões apontadas pelo autor seriam: o interesse dos veículos jornalísticos em atingir a um público-alvo e o interesse de agradar aos anunciantes. Segundo essa lógica dos interesses da empresa jornalística, o sistema democrático de uma determinada sociedade não seria privilegiado, pois a diversidade e pluralidade seriam reduzidas a um padrão, somente sendo notícia aquilo que atende a esses requisitos.

Há, pois, aí, um paradoxo a ser levado em conta, visto que, se o público é heterogêneo, repleto de segmentos: gênero; classe social; interesse político... Deveria haver diversas abordagens nas notícias para se conquistar um grupo específico, um público-alvo. Contudo, deve ser recordada a concorrência entre

os jornais, pois conforme afirma Verón (2004, p. 282), “comporta uma tendência forte para a homogeneização da oferta: multiplicação de produtos, muito semelhantes uns aos outros”. E essa tendência, conforme esse pensamento, teve início quando forças “ideológicas”, presentes no sistema político, atingiram a vários setores da imprensa “generalista”. Quando jornais precisaram tomar posicionamento de esquerda ou direita por exemplo. Entretanto, “hoje, essa ‘marcação’ política se esfumaça e a aproximação da oferta discursiva oporá também no domínio das mídias informativas” (VERÓN, 2004, p. 282). Provavelmente, essa característica não tenha sido percebida pelos leitores, ou eles não reclamaram sobre isso ao abrirem as edições de seus jornais dia-após-dia. No entanto, há uma justificativa possível a esse ponto, sendo compreendida, de acordo Adorno e Horkheimer (1985, p. 100), em seus debates sobre “Indústria Cultural”: “os padrões teriam resultado originalmente das necessidades dos consumidores: eis por que são aceitos sem resistência”. Isto é: não se buscou reclamar, pois pode ser o buscado ler daquelas abordagens: o comum, o padrão, um mesmo modo de fazer notícia.

Outra hipótese supõe nem ao menos os jornalistas e fotojornalistas possam estar cientes de haver um padrão a moldar suas produções. E isso está intrínseco quando se observa o conceito de hegemônico descrito por Hall (2003, p. 401) ao afirmar:

a definição de um ponto de vista hegemônico é: (a) que define dentro de seus termos o horizonte mental, o universo de significados possíveis e de todo um setor de relações em uma sociedade ou cultura; e (b) que carrega consigo o selo da legitimidade – parece coincidir com o que é “natural”, “inevitável” ou “óbvio” a respeito da ordem social.

Sendo assim, ao investigar sobre a cultura popular estas imagens podem ter um padrão na abordagem prescrito por um “esquematismo”, no qual não há inovações no reportar. E sendo a mudança dessa estrutura uma possível luta inútil, porque até mesmo as criações podem ser apreendidas por essa normatização, pois “quem resiste só pode sobreviver integrando-se” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 108). Sodré (2006, p. 102) considera que “as imagens midiáticas que regem as relações sociais provêm dos modelos

hegemônicos do capital e do mercado globais”. Portanto, é preciso averiguar qual a imagem sobre cultura popular e seu lugar na mídia impressa.

2.2 A PRODUÇÃO DE SENTIDO E AS FOTOGRAFIAS JORNALÍSTICAS

Nesta pesquisa, há a necessidade de entender o fenômeno do ato de reportar sobre a cultura popular sob o ponto de vista dos estudos de mídia e produção de sentido. Optou-se por duas perspectivas. Em um primeiro instante, há, no contexto da sociedade contemporânea, a manifestação no âmbito da festa popular. Quando se pensa em uma marca cultural pertencente a uma dessas festividades, como por exemplo as celebrações de junho, várias imagens podem surgir na memória social coletiva: as danças; as festas nas ruas; as pessoas nas ruas etc. Estas são as representações daquela manifestação e buscam assumir, como explica Peirce, o lugar do seu referente. A ocorrência daquela marca pode ser tomada como a celebração de um determinado período e local. Dessa forma, o milho no nordeste do Brasil e as sardinhas na região metropolitana do município de Lisboa podem ser representações da festa do mês de junho do ponto de vista da gastronomia, mas também econômico, indicando ainda a sua chegada desde o final do mês de maio, pois são comercializados na festa.

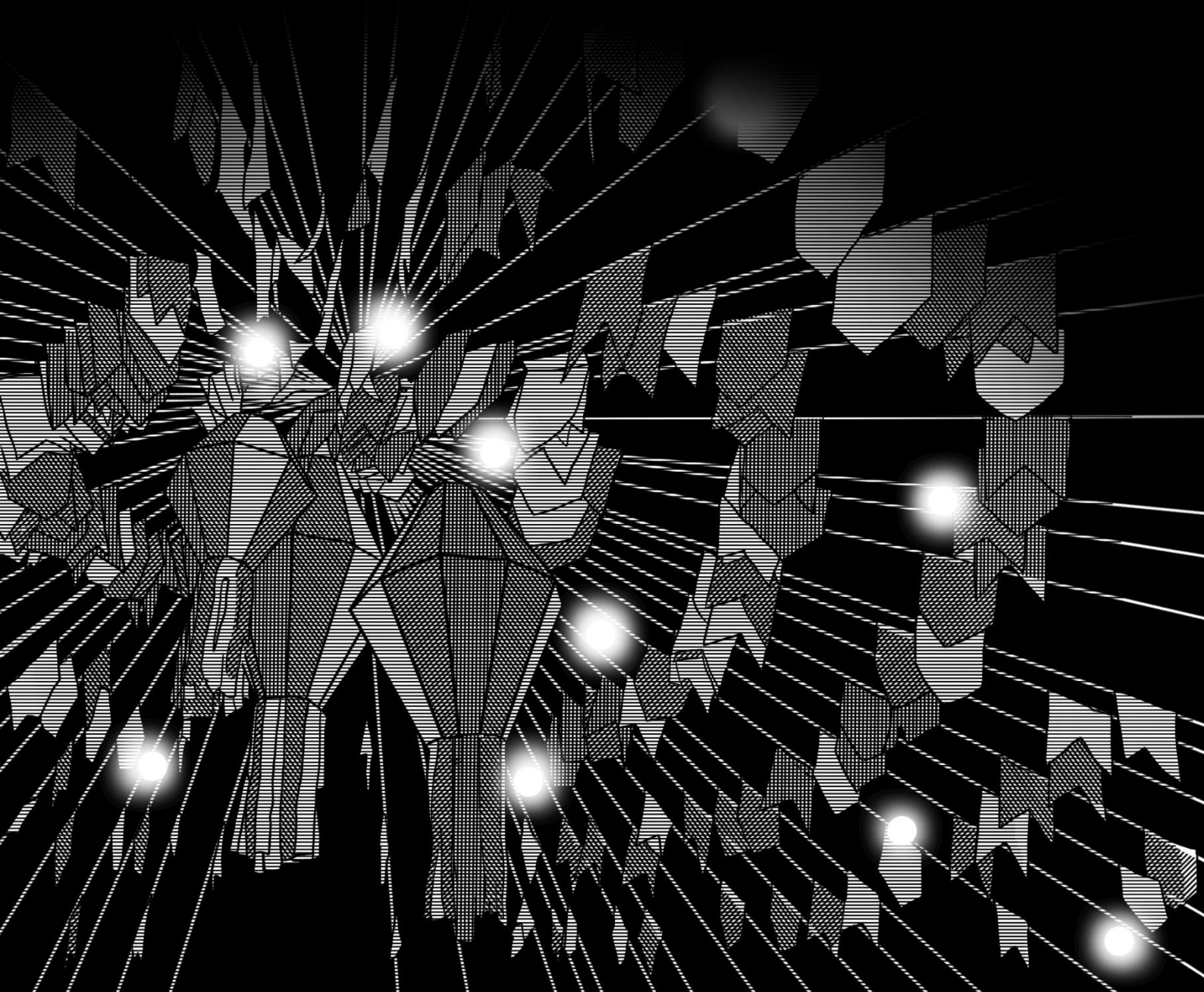
Sendo assim, observam-se as marcas culturais nas imagens da festividade, como fenômenos capazes de retomar um contexto sociocultural. Podem mediar a relação do homem com aquele contexto. Uma vez que não é possível haver acesso direto a realidade, a imagem segue como uma ponte para atingir o sentido daquilo que ela representa de forma parcial. A percepção de uma determinada cultura é mediada por representações.

Em sua tese sobre a Fotocartografia Sociocultural, Nobre (2011) descreve o processo de interpretação e percepção sociocultural das comunidades pertencentes à Reserva de Desenvolvimento Sustentável Estadual Ponta do Tubarão no estado do Rio Grande do Norte (nordeste brasileiro) a partir da fotografia utilizando-a como carta simbólica, um mapa. A fotografia é a sua mediação para tal tarefa. Dubois (1993, p. 30) acrescenta que: “O papel da fotografia é conservar o traço do passado ou auxiliar as ciências em seu esforço para uma melhor apreensão da realidade do mundo”.

Entretanto, em seu percurso analítico, a fotografia de Nobre (2011) tinha uma natureza etique (GURAN, 2002), na qual a análise se pauta em fotografias documentais realizadas pelo próprio investigador, buscando as categorias preestabelecidas antes de ir ao campo para registro. Nesta pesquisa, acredita-se analisar fotografias jornalísticas de natureza emique (GURAN, 2002), as quais apresentam um olhar próximo à perspectiva do habitante da comunidade investigada, identificando, após a impressão, as categorias estudadas nas marcas culturais.

As marcas culturais de tais celebrações podem se materializar no registro fotográfico jornalístico (seja pela documentação ou pela atividade de imprensa). Entretanto, todas representações visuais são arbitrárias e motivadas, não sendo naturais. São ainda convenções com composição, enquadramento, iluminação, ângulo, etc. As escolhas feitas pelo fotógrafo estão dentro de seus limites de criatividade, mas também em um conjunto definido pela linguagem fotográfica. A partir do corte em um quadro, a cena transforma-se em representação visual, trazendo ao leitor do jornal uma parcialidade da manifestação cultural. Porém, nem tudo entra em quadro da fotografia, pois “nela, o acontecimento jamais se sobrepassa para outra coisa: ela reduz sempre o corpus de que tenho necessidade ao corpo que vejo” (BARTHES, 1984, p. 13). Dessa forma, as marcas culturais vão precisar de um contexto sociocultural para produzir sentido naquele retrato jornalístico. Na pesquisa, a teoria da Folkcomunicação auxilia a entender parcialmente as comunicações nas manifestações fotografadas pelos profissionais dos jornais selecionados, fazendo produzir sentido em tais mensagens do povo a partir de seus mecanismos contrahegemônicos como a dança, a gastronomia, os atos religiosos, as festas populares etc.

3 OS PREPARATIVOS DA FESTA



Apesar de recente, Pesquisar em Comunicação Social é uma investigação como as demais realizadas na área das Ciências Sociais e, sendo assim, pressupõe haver um campo teórico, uma análise da fonte de estudo e a apresentação da metodologia utilizada para atingir os objetivos pretendidos. Dessa forma, esse capítulo expõe os caminhos traçados, os métodos e técnicas mais viáveis e a trajetória escolhida para alcançar as respostas à problemática central. Entretanto, antes de expor o caminho metodológico, deve-se observar a definição de Marques de Melo (1975, p. 83-84) sobre a Pesquisa em Comunicação:

(...) a Pesquisa em Comunicação compreende, portanto, o estudo científico dos elementos que integram o processo comunicativo, a análise de todos os fenômenos relacionados ou gerados pela transmissão de informações, sejam dirigidas a uma única pessoa, a um grupo ou a um vasto público. É o estudo do comunicador, suas intenções, sua organização, sua estrutura operacional, sua história, suas normas éticas ou jurídicas, suas técnicas produtivas. É o estudo da mensagem e do canal, seu conteúdo, suas formas, sua simbologia, suas técnicas de difusão. É o estudo do receptor, suas motivações, suas preferências, suas reações, seu comportamento perceptivo. É o estudo das fontes, sua sistemática para a recuperação de informações. É, enfim, o estudo dos efeitos produzidos junto ao receptor, a partir das intenções do comunicador. Assim conceituada, a Pesquisa em Comunicação assume a natureza de campo interdisciplinar de estudos, envolvendo não apenas as investigações linguísticas, educacionais, jornalísticas, cibernéticas etc. – ou seja, as pesquisas próprias das Ciências da Informação – mas englobando também as iniciativas em outras áreas das ciências humanas – sociológicas, psicológicas, históricas, antropológicas etc.

Os temas para esta pesquisa assim foram escolhidos conforme aconselha Barros e Junqueira (2010, p. 39):

É importante optar por um tema relacionado com os interesses acadêmicos do pesquisador ou com sua experiência e/ou perspectivas de trabalho, área de atuação ou objeto de curiosidade acadêmica. Escolher corretamente o tema é crucial para o êxito do trabalho.

De forma mais detalhada, os autores relacionam cinco fatores para escolha de um tema a ser pesquisado em Comunicação, os quais se aplicam

aos escolhidos neste estudo. O primeiro é *Afinidade*, gostar do assunto pesquisado. No caso, a fotografia, enquanto objeto de estudo, está presente em outras análises e produções acadêmicas já realizadas, também relaciona-se com outro fator: *Propriedade*, tema estar incluído na área de interesse e/ ou atuação do pesquisador. Por outro lado, as manifestações da cultura popular e as festas populares mencionadas foram selecionadas pela influência da própria cultura nordestina brasileira, como local de nascimento, e como local no qual se originaram parte desta tradição: Portugal, onde também houve a experiência de residência entre os anos de 2009 e 2010. Quando há esse tipo de aproximação com o objeto, “(...) o trabalho parecerá mais fácil e menos desgastante” (BARROS; JUNQUEIRA, 2010, p. 40). O fator seguinte é *Oportunidade*, aproveitar a oportunidade para aprofundar uma pesquisa já iniciada ou para preencher lacunas teóricas e/ ou metodológicas sobre o assunto na vida acadêmica pessoal ou ainda do ponto de vista de outros estudiosos. No caso, com o contato da versão impressa dos periódicos *Tribuna do Norte* e *Correio da Manhã* (os mais vendidos em sua cidade e região), surgiu a problemática de saber como esses veículos de comunicação retrataram, por meio da fotografia de imprensa, a cultura popular em homenagem aos santos católicos do mês de junho. Outro fator é a *Relevância*: “o pesquisador deve empenhar-se para realizar um trabalho que, mesmo limitado, agregue valor, acrescente algo novo ao que já existe”. (BARROS; JUNQUEIRA, 2010, p. 40). Sobre este fator, aproveitam-se as palavras de Lopes (2003, p. 18-19) para fundamentar a escolha: “(...) seria importante verificar as formas pelas quais certos elementos das culturas populares foram sendo apropriados e inseridos, desde o início, na constituição e no desenvolvimento de uma cultura de massas entre nós”. Ou seja, investigar como aquelas manifestações do povo são representadas a partir das fotografias impressas de tais periódicos, veículos de comunicação de massa. Mais um fator é a *Delimitação*, correspondendo a afunilar o assunto de pesquisa com o intuito de aprofundar a sua investigação. Assim, houve o recorte relativo ao número de jornais, às edições do mês de junho, à escolha somente de fotografias jornalísticas na versão impressa, a somente duas cidades com suas manifestações populares etc. Esse fator também conhecido como reducionista deve acontecer, pois, segundo Barros e Junqueira (2010, p.

41), “uma monografia (ou mesmo uma dissertação ou tese) não é projeto de enciclopédia, mas a análise de tema específico, com rigor, clareza e foco”. Por último fator, apresentam o *Realismo* como momento em que o investigador tem de analisar se sua pesquisa é viável em tempo disponível e se seu objeto de estudo está mesmo ao seu alcance.

Todos esses fatores explicitados na metodologia auxiliam, de acordo com Barros e Junqueira (2010, p. 41), a que outros investigadores visualizem os caminhos traçados na pesquisa, por isso, “(...) é conveniente o pesquisador descrever qual foi sua trajetória intelectual até chegar a ele – como se sentiu atraído por ele?”.

Dessa forma, parte-se para as escolhas realizadas quanto aos métodos e técnicas e se destaca:

A Metodologia na pesquisa se situa no plano da prática e indica os métodos efetivamente usados numa pesquisa. Aqui, método é entendido como um conjunto de decisões e opções particulares que são feitas ao longo de um processo de investigação. Os métodos constituem uma das instâncias da prática metodológica (LOPES, 2003, p. 94).

Esta é uma etapa da investigação na qual se usam ferramentas para observar o objeto de estudo e não para prendê-lo em moldes e formatos com o intuito de forçá-lo a resultados previstos na hipótese. Uma das primeiras técnicas utilizadas é a coleta de dados. No presente estudo, as duas fontes são os acervos dos veículos de comunicação *Tribuna do Norte* e *Correio da Manhã*. No primeiro caso, a coleta das edições foi, em parte, eletrônica por meio do material disponível na versão on-line¹ e gratuita do jornal e a compra, em seguida, das edições impressas em que foram encontradas fotografias jornalísticas relacionadas com os objetivos da análise. A aquisição dessas edições realizou-se no arquivo da sede² do referido periódico; no segundo, foi realizada a compra de quase todas as edições do mês de junho de 2012 do jornal, dia-após-dia nas bancas da cidade de Lisboa em Portugal. Porém, destaca-se a importância da visita ao acervo presente na Biblioteca Nacional

¹ Disponível em <http://www.tribunadonorte.com.br>.

² A sede do jornal *Tribuna do Norte* localiza-se no endereço: Avenida Duque de Caxias, nº 106, bairro da Ribeira, cidade do Natal, estado do Rio Grande do Norte, Brasil.

de Portugal - BNP³ para visualização das edições não compradas naquele mês. Para encontrar as edições referentes ao mês e ano mencionados, foi necessário o uso de palavras-chaves, principalmente, na BNP, pois havia um acervo enorme e o sistema eletrônico foi de fundamental contribuição para aperfeiçoar o tempo de pesquisa na cidade de Lisboa.

Seguindo os procedimentos, passa-se para o registro dos dados encontrados. Esse momento da investigação averiguou-se a contabilidade e a existência das imagens por uso de quadros. Dividiu-se por dia do mês de junho, nome do fotógrafo (quando publicado pelo jornal), caderno e página na qual se encontrava a imagem e ainda o nome da reportagem, nota ou título da manchete relacionada com a fotografia jornalística.

Utilizou-se o Método da Fotocartografia Sociocultural defendido por Nobre (2011), o qual descreve e analisa o processo de interpretação e percepção sociocultural das comunidades pertencentes à Reserva de Desenvolvimento Sustentável Estadual Ponta do Tubarão no estado do Rio Grande do Norte (nordeste brasileiro) a partir da fotografia utilizando-a como uma carta, um mapa sociocultural. De forma sintética, a Fotocartografia Sociocultural: fotografia + cartografia = método (mapeamento pelo registro fotográfico + observação + entrevistas + pesquisa documental + pesquisa bibliográfica = técnicas).

Em sua investigação, Nobre (2011) é o produtor das imagens. Todavia, seu método pode ser aplicado à leitura de fotografias jornalísticas, buscando aspectos socioculturais que representem os modos de vida de uma determinada comunidade como a religiosidade, o lazer e saberes tradicionais, acrescentando-se uma nova categoria: economia (a partir do turismo, agricultura e pesca).

(...) damos enfoque aos modos de vida como formas conscientes por meio das quais os sujeitos se desenvolvem para representarem-se socioculturalmente de acordo com suas produções materiais de vida que vão do trabalho às manifestações culturais e ao lazer, enfim, modos da vida cotidiana na sociedade (...) (NOBRE, 2011, p. 73).

³ A Biblioteca Nacional de Portugal localiza-se no endereço: Avenida da República, bairro de Campo Grande, nº 83, cidade de Lisboa, Portugal.

Por um lado, o Método Folkcomunicacional auxilia a traduzir, decodificar, o não claro para todos: os simbolismos presentes na cultura popular de cada uma das regiões, os quais podem dialogar em alguns elementos semelhantes, contudo, havendo alguns pertencentes somente aquele local. Dessa forma, o significado daquela manifestação específica pode ficar perceptível ao se ter como apoio a folkcomunicação, cujo um dos objetivos é investigar as formas de comunicação da cultura popular.

A Metodologia Folkcomunicacional foi apresentada por Beltrão (1980) e, segundo Carvalho (2010, p. 111), “(...) inclui, entre os objetos a serem trabalhados pela pesquisa folkcomunicacional, as manifestações da mídia (cultura de massa) que adotam, em sua difusão, os elementos simbólicos e o universo linguístico da cultura popular”.

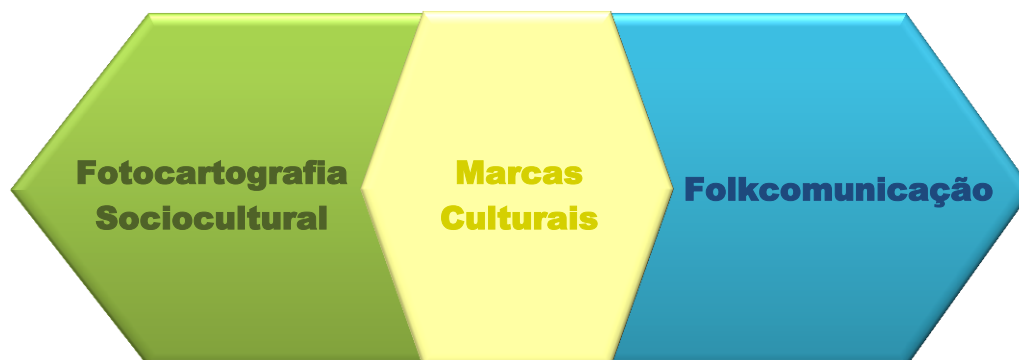
Apesar de serem uma teoria e metodologia relativamente novas, a Folkcomunicação, “(...) cujo objeto específico já está praticamente definido – o estudo da comunicação popular sacramentada pela tradição” (MARQUES DE MELO, 1975, p. 54), foi escolhida como ângulo de visão para esta pesquisa, pois:

É latente a importância que pesquisas em torno da folkcomunicação têm adquirido, especialmente na última década. Basta observar que a discussão de temas desta disciplina ganhou espaço próprio em eventos como o Congresso Latino-americano de Comunicação (Alaic) e o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), além de um evento específico – a Conferência Brasileira de Folkcomunicação (Folkcom). Inúmeros estudos são apresentados anualmente nestes encontros, o que sustenta a afirmação de que esta é uma área de pesquisa reconhecida e valorizada no âmbito nacional e latino-americano. É igualmente significativa a produção disseminada em publicações brasileira e internacionais, a exemplo da Revista Internacional de Folkcomunicação (CARVALHO, 2010, p. 121-122).

Em termos desta pesquisa, optou-se por um olhar qualitativo. Observa-se a cena registrada, em cada imagem selecionada, a produção de sentido, a qual manifestação cultural popular foi retratada e qual mensagem, perante a simbologia da cultura popular, a fotografia jornalística pode transmitir.

Diante disso, o gráfico 01 colabora para entender, de forma resumida como são utilizadas a Fotocartografia Sociocultural e a Folkcomunicação na metodologia desta pesquisa, tomando a marca cultural como interface.

Gráfico 01: a aliança da Fotocartografia Sociocultural e a Folkcomunicação nesta investigação a partir da marca cultural.



Realiza-se ainda um estudo complementar apresentando os resultados destas análises nas imagens jornalísticas dos dois veículos de comunicação investigados sob o ponto de vista descrito por Santos (2009) e a construção do conhecimento gerado nestes retratos. Para Santos (2009), há duas formas de epistemologia do conhecimento, uma dominante e hegemônica, a qual se trata como a única forma de produção de conhecimento, e a outra que descreve esse processo de uma forma mais plural, provinda de culturas e de classes subalternas e contrahegemônicas. Ao primeiro tipo, o autor chama de Epistemologia do Norte e ao segundo de Epistemologia do Sul. Sua denominação de Norte e Sul é sobre a influência da Europa Ocidental (Norte) sobre as ex-colônias (Sul). Entretanto, Santos (2009) também afirma que esta divisão não é apenas geográfica, o Norte geográfico possui a sua parcela de “terceiro mundo”, representada por imigrantes, ciganos, classes sociais com menor poder aquisitivo etc, e Sul global também possui seus nichos de “Europa”, com minorias elitistas capitalistas os quais dominam as formas de produção cultural.

Esta investigação parte do princípio de que somente as classes dominantes expõem a sua visão de mundo a partir do jornalismo de grandes veículos de comunicação e as classes menos favorecidas precisam de outras formas de comunicação como alternativa para manifestar as suas ideias.

Ao se observar esta distinção de hegemônico e de contrahegemônico na produção de conhecimento em Santos (2009), encontra-se uma convergência com Beltrão (1980) e sua teoria de “comunicação dos marginalizados” sobre os processos da folkcomunicação.

É imprescindível que cada um das comunidades tenha a imagem mais próxima possível sobre seus aspectos socioculturais. Todavia, nem sempre suas representações no jornalismo fotográfico refletem isso, passando a demonstrar a visão da cultura dominante sobre a cultura popular. Dessa maneira, metodologicamente, o estudo complementar orienta esse olhar sobre a fotografia jornalística dos periódicos *Tribuna do Norte* e *Correio da Manhã*, identificando se tais jornais também recorrem à Epistemologia do Norte para retratarem a cultura popular em homenagem aos santos católicos do mês de junho.

4 UM OLHAR SOBRE A FESTA



Este capítulo tem caráter analítico e é dividido em três momentos. O primeiro intitulado “As Fotografias do Jornal *Tribuna do Norte*” apresenta as análises sobre as fotografias publicadas no referido jornal, já o seguinte expõe as análises realizadas sobre as fotografias publicadas no jornal *Correio da Manhã* com o título de “As Fotografias do Jornal *Correio da Manhã*”. O último, “Há uma Festa entre o Sul e o Norte” traz um estudo complementar sobre as observações feitas a partir das análises sobre as fotografias publicadas nos dois periódicos, tendo como base o olhar dado à cultura popular.

4.1 AS FOTOGRAFIAS DO JORNAL TRIBUNA DO NORTE

Em termos quantitativos, no mês de junho de 2012, o jornal *Tribuna do Norte* publicou 10 reportagens e cinco chamadas na primeira página sobre o tema em análise como descrito no quadro 01:

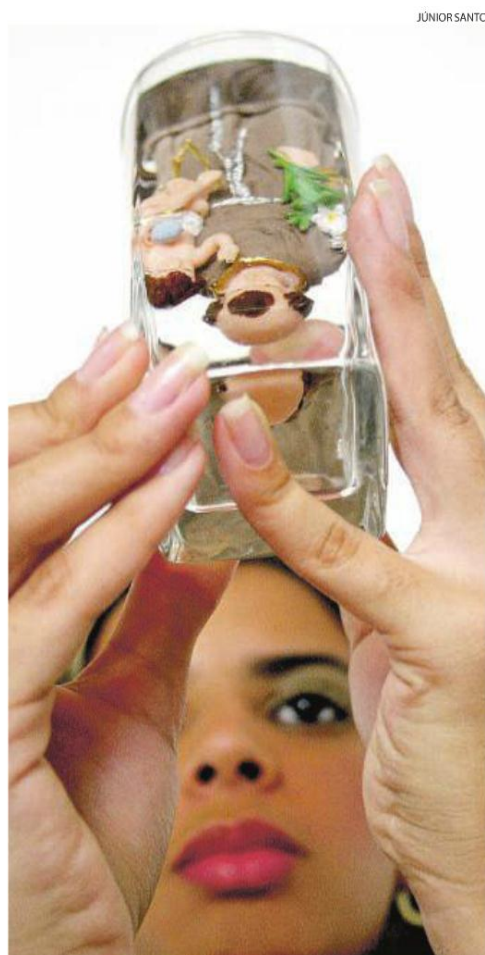
Quadro 01: reportagens sobre o tema das festas populares em homenagem aos santos do mês de junho no jornal *Tribuna do Norte*.

Jornal <i>Tribuna do Norte</i>		
Reportagem ou chamada	Dia/ Caderno/ Página	Fotografia/ Autor
Venda do milho ainda é tímida	03 de junho/ Geral/ 07	Sim/ Rodrigo Sena
Santo	10 de junho/ Capa	Sim/ Júnior Santos
Sagrado e profano se misturam nas festividades juninas	10 de junho/ Natal/ 03	Sim/ Alex Régis
Uma tarde entre tachos de canjicas, bolos e pamonhas	15 de junho/ Fim de Semana/ Capa	Sim/ Rodrigo Sena
Temporada da cozinha de milho	15 de junho/ Fim de Semana/ 03	Sim/ Rodrigo Sena
Arraia Pra lá de Dez terá Waldonys, canjicas e brincadeiras	15 de junho/ Fim de Semana/ 08	Sim/ Emanuel Amaral
Preços na feira do milho variam de R\$ 20 a R\$ 25	16 de junho/ Economia/ 05	Sim/ Júnior Santos
Forró sem distinção	21 de junho/ Viver/ 01	Sim/ Paulo Nóbrega Filho
Para pular fogueira e dançar forró	22 de junho/ Capa	Sim/ Aldair Dantas
Lampejos de São João	22 de junho/ Capa/ Fim de Semana/ Capa	Sim/ Aldair Dantas
Arraial com as bênçãos de São João	22 de junho/ Fim de Semana/ 06 e 07	Sim/ Aldair Dantas
Festivais e shows em Natal, Mossoró e Assu	22 de junho/ Fim de Semana/ 08	Sim/ Canindé Soares/ Ricardo Araújo

Tempo	23 de junho/ Capa	Sim/ Ana Silva
São João em Natal: milho, fogueiras, fogos e... chuva!	23 de junho/ Natal/ 03	Sim/ Adriano Abreu
Procissão encerra festa do padroeiro do Alecrim	30 de junho/ Natal/ 08	Sim/ Júnior Santos

Para efeito de análise, recortou-se o material coletado e se selecionaram algumas dessas reportagens e chamadas para análise de suas fotografias por serem as mais emblemáticas sobre a cultura popular por possuírem marcas culturais com maior força de representação visual. A primeira a ser analisada é foto da manchete publicada no dia 10 de junho de 2012 (SANTO, 2012):

Imagem 04: “Comemorações e simpatias em torno de Santo Antônio - padroeiro dos namorados - abrem as festas juninas, tradição nordestina com raízes na antiguidade” (SANTO, 2012).



» **SANTO** Comemorações e simpatias em torno de Santo Antônio - padroeiro dos namorados - abrem as festas juninas, tradição nordestina com raízes na antiguidade. [NATAL 3]

Autor: Júnior Santos (SANTO, 2012).

A imagem 04 do fotógrafo Júnior Santos mostra, em cores, uma jovem em um enquadramento em plano detalhe das suas mãos segurando uma imagem de Santo Antônio virada de cabeça para baixo. A fotografia jornalística foi realizada com um ângulo contrapicado com foco nas mãos, em primeiro plano, e sem foco na face daquela jovem, em segundo plano, cujos olhos estão direcionados para a imagem em suas mãos.

A escolha desse ângulo, o uso deste foco prioritário apenas nas mãos e na imagem do santo, a composição da imagem com um leve desfoque para o rosto da devota, mas com o enquadramento de seus olhos atentos, proporcionam que a “atenção” e “interesse” pela fotografia volte-se para o santo de ponta cabeça, dando sentido há algo centrado entre a sua ação e o fato do ícone do santo está ao inverso. Estas escolhas operadas pelo fotojornalista apontam que o ato da personagem destaca-se na cena registrada.

A imagem 04 retrata uma simpatia. Porém, antes de identificar qual a simpatia representada pela imagem, o significado deste termo popular no Brasil é apontado por Cascudo (2000, p. 637) como “[...] um conjunto de atos e palavras preestabelecidas, repetidos sem qualquer alteração, a não ser o nome do interessado”, sendo um ritual o qual “mobiliza as forças e poderes ocultos para satisfazer nossos desejos”.

No caso da imagem 04, constata-se a simpatia, normalmente, realizada por mulheres solteiras, nos festejos antoninos, pedindo a intercessão do Santo Antônio, conhecido popularmente no Brasil e em Portugal, como santo casamenteiro. As mulheres praticantes deste ato solicitam ao santo um marido segundo a vontade de Deus. É uma das simpatias mais populares por todo o Brasil, no qual Santo Antônio é colocado de cabeça para baixo para atender ao pedido. As devotas colocam o santo na posição que mostra a imagem 04, fazem o seu pedido e o deixam assim até o “achado” de um noivo para casar no dia 13 de junho, dia de homenagens ao santo lisboeta.

Cascudo (1985) também relata que outros atos são realizados com a imagem deste santo durante o mesmo período de festas no Brasil: desde mergulhá-lo em um balde com água para pedir que a chuva venha ou colocá-lo próximo a uma fonte de luz para acalmar a força do sol em tempos de seca ou poucas chuvas.

Os maus tratos a Santo Antônio não são públicos. Pertencem aos cultos pessoais. Põem o santo dentro d'água amarrado, para ser retirado quando do implemento da promessa, arrancam-lhe do braço o Menino Jesus, colocam-no de cabeça para baixo dentro do resto d'água do açude semi-esgotado, deixam-no em cima do telhado, exposto ao sol ardente para que melhor sinta o horror da sede e providencie chuvas (CASCUDO, 1985, p. 52).

Ainda segundo Cascudo (1985), essa tradição popular de maus-tratos ao Santo Antônio é uma herança greco-romana praticada com as imagens dos deuses da guerra e da fortuna. Vale lembrar que o ritual da simpatia não é uma prática prescrita pela doutrina da Igreja Católica, mas de origem na cultura do povo. A simpatia pode ser, então, considerada uma forma de manifestar a Fé popular, comunicar dentro do convívio íntimo a graça a ser alcançada pela interseção do santo, visto que a entidade oficial não a recomenda em sua liturgia, mas também não a proíbe.

A chamada com a imagem 04 encaminha o leitor do periódico à reportagem “Sagrado e profano se misturam nas festividades juninas” (VASCONCELOS, 2012, p. 03), com outra fotografia jornalística, agora, em preto em branco, sobre as quadrilhas do mês de junho como mostra a imagem 05:

Imagem 05: “As quadrilhas são herança da corte francesa e foi introduzida no Brasil no século XVII, pelos portugueses. Eles celebraram as festas de São João, Santo Antônio e São Pedro no mês de junho” (VASCONCELOS, 2012, p. 03).



As quadrilhas são herança da corte francesa e foi introduzida no Brasil no século XVII, pelos portugueses. Elas celebram as festas de São João, Santo Antônio e São Pedro no mês de junho

Autor: Alex Régis (VASCONCELOS, 2012).

Na imagem 05, o fotógrafo Alex Régis fez o registro com ângulo picado, possibilitando um enquadramento de vários componentes da quadrilha em perspectiva, favorecendo a coreografia e os movimentos da dança popular realizada pelos componentes do grupo. Para tentar abranger grande parte da coreografia, o fotógrafo optou ainda por um plano conjunto. Embora o enquadramento tenha cortado outras pessoas da composição da cena, fica claro o registro da coreografia como elemento principal desta imagem. Observam-se várias moças e rapazes trajados com vestimentas tradicionais desta dança popular em homenagem aos santos do mês de junho, também chamadas de roupas matutas (do mato, da roça). Sobre as danças em formato de quadrilha, Cascudo (2000, p. 547) aponta:

Dança palaciana do século XIX, protocolar, que abria os bailes da corte em qualquer país europeu ou americano, proferida por toda sociedade. Foi popularizada sem que perdesse o prestígio aristocrático e transformada pelo povo, que lhe deu novas figuras e comandos inesperados, constituindo o verdadeiro baile em sua longa execução de cinco partes, gritadas pelo “marcante”, pisadas, aplaudidas, desde o palácio imperial até os sertões.

Normalmente, os componentes de uma quadrilha, como mostra a imagem 05, vestem-se de trajes caipiras, remetendo a uma cultura do interior do Brasil. Estas roupas representam, no imaginário coletivo do brasileiro, a cultura do homem o qual não mora nos centros urbanos, possui costumes singulares como ser mais religioso que o homem urbano, viver mais em comunidade, na qual quase todos, se não todos, conhecem-se e partilham crenças em comum. Estas roupas eram, a princípio, utilizadas nos palácios com seus formatos muito luxuosos e repletos de joias, mas o povo deu-lhes outros significados próprios de suas regiões, adaptando a cultura da elite ao seu gosto, enviando a mensagem do desejo de participar das celebrações ao seu modo.

No dia 15 de junho de 2012, o periódico *Tribuna do Norte* publicou a reportagem “Temporada da cozinha de milho” (TEMPORADA DA, 2012), no caderno *Fim de Semana*, (um suplemento de notícias sobre cultura publicado às sextas-feiras naquele jornal), com quatro fotografias jornalísticas por Rodrigo Sena, como mostram as imagens 06 a 09:

Imagem 06: “Sob o olhar das banqueiras, numa tarde foram produzidas canjicas, bolo de milho, pamonhas e bolo pé de moleque para abastecer a lojinha, que todo fim de tarde fica lotada” (TEMPORADA DA, 2012, p. 03)



Autor: Rodrigo Sena. (TEMPORADA DA, 2012).

Imagem 07: Aumenta a produção deste prato típico nesta época do ano.



Autor: Rodrigo Sena. (TEMPORADA DA, 2012).

Imagem 08: Bolo pé de moleque é uma tradição na culinária das festas populares do mês de junho.

FOTOS: RODRIGO SENA



Autor: Rodrigo Sena. (TEMPORADA DA, 2012).

Imagem 09: “Produção da pamonha e da canjica é toda artesanal” (TEMPORADA DA, 2012, p. 03).



Produção da pamonha e da canjica é toda artesanal

Autor: Rodrigo Sena (TEMPORADA DA, 2012).

As imagens 06 a 09 apresentam ao leitor do jornal a variedade da gastronomia popular nas festas do mês de junho: canjica; bolo de milho; pamonha; bolo pé de moleque. São comidas típicas integrantes do banquete das festas de junho no Brasil e as quais passam a ser de conhecimento daquele que as observa, pois trazem vários tipos de pratos e parte do modo como uma delas é confeccionada, colaborando com a construção de um apanhado sobre as comidas da mesa da celebração. Com o auxílio de Cascudo (1985, p. 221), compreende-se o processo artesanal de feitura da pamonha nas imagens 06 e 09.

Pamonha: *pomong*, pegajoso, viscoso, úmido. É uma das tradicionais comidas-de-milho rituais nas festas de São João a São Pedro e São Paulo. Creio ser aperfeiçoamento mestiço, pela aplicação do leite de coco, inseparável, e açúcar. Apresentado com embalagem da folha da bananeira ou do próprio milho (CASCUDO, 1985, p. 221).

Outra comida típica desta festa nesta região, aparece na imagem 07, é a “canjica: *canji*, mole, *acanjji*, grão mole cozido. A primeira comida-de-milho. No Norte é uma papa de milho verde, leve, substancial, enfeitada com desenhos de canela” (CASCUDO, 1985, p. 221). Os detalhes da canela, utilizados como tempero desse prato podem ser vistos na imagem 07. Mélo (1949, p. 11) relata um costume supersticioso relacionado a este aperitivo nessa época: “faz-se um prato de cangica (*sic*) e coloca-se dentro uma aliança. Depois, parte-se a cangica (*sic*) em vários pedaços, os quais são distribuídos com as moças presentes. Aquela que receber o pedaço com a aliança será a que casará primeiro”. Cascudo (1985) relatou também outras superstições com o milho, representante maior da culinária desta festa nesta região.

Também há, na imagem 08, o bolo “pé de moleque: espécie de bolo preto português”⁴ (CASCUDO, 1985, p. 221). É tido como “espécie de bolo de massa de mandioca, com ovos, manteiga, castanha e açúcar preto, ficando assim com uma cor escura, (daí o nome) doce de caramelo com amendoim” (CASCUDO, 2000, p. 498).

A maior parte das receitas tem um ingrediente em especial para época: milho. As festas realizadas no mês de junho coincidem com a época da colheita popular do milho no Brasil, normalmente, plantado pelos pequenos e médios agricultores no dia 19 de março, dia de São José, três meses antes da festa de junho, tempo necessário para crescimento e colheita do grão. Sobre esse ato de plantio nesta data, Cascudo (2000, p. 310) afirma que “pertence à cultura popular, sendo um dos pontos de referência para a previsão do inverno. Se chove pelo São José, o inverno é quase certo”. Sendo assim, se for “ano de chuva”, as festas vão ser garantidas com muita comida a base de milho e fartura como prediz a celebração popular e a tradição regional.

⁴ No arquipélago da Madeira, em Portugal, existe um bolo semelhante chamado de “bolo de caco”.

A intenção do plantio vem do celebrar com fatura as festas de junho em homenagem a São João, pois, como explica Cascudo (1985, p. 102), “todas as plantas e cereais de rápido nascimento são plantadas para oferecimento ao Santo. Especialmente o milho é de aproveitamento vasto na alimentação típica desse mês, mês de São João (...)”. Sendo assim, o milho pode ter significado sinônimo ao de alegria ao homem do campo e sua colheita farta vem acompanhada de festa.

Cascudo (1985, p. 219) lembra: “certos doces só podiam aparecer em certas épocas (...). Não me digam a produção de milho força a sua entrada nas mesas. Tem-se milho o ano inteiro. Mas canjica, pamonha, só tem graça, só senta, pelo São João”. O que produz sentido haver fotografias jornalísticas publicadas sobre as comidas dessa época no *Tribuna do Norte*, visto que este ingrediente representa um momento de prosperidade na colheita e renovação da esperança para o homem do campo, presente na mesa da festa do campo e da cidade. Comunica ainda sobre a economia da região a partir da agricultura do grão.

No dia 21 de junho, o jornal publicou a foto de um sanfoneiro com seu instrumento⁵ musical aberto a percorrer toda a página e a recortar o texto pela diagramação da reportagem. A imagem 10, fotografia de autoria de Paulo Nóbrega Filho, é em plano geral de pessoa com escolha de ângulo normal no mesmo nível do fotógrafo. Por se tratar de um perfil deste músico, a escolha do fotógrafo aproxima o leitor para a personagem, introduzindo em sua carreira artística.

⁵ No nordeste do Brasil, chama-se este instrumento, na imagem 10, de sanfona, porém, no sul é também conhecido como gaita e, em outras, partes por acordeon.

Imagem 10: O sanfoneiro tem o papel de animar as festas realizadas no mês do junho com o ritmo do forró.



Autor: Paulo Nóbrega Filho (SILVA, 2012).

O sanfoneiro é um elemento comum nas festas do mês de junho no Brasil, é um artista popular. É ele quem traz a música para animar as manifestações profanas em homenagem aos santos católicos daquele mês. A sanfona, “acordeona, gaita, ou fole” é um dos instrumentos típicos da música folclórica de muitas culturas populares ao redor do mundo e também em várias regiões do Brasil. No nordeste do Brasil, normalmente, a sanfona é utilizada para marcar o ritmo dos passos da coreografia da quadrilha junina e do forró, ou forrobodó, arrasta-pé, junto ao triângulo e à zabumba. O jornal traz a imagem 10 como presença dessa figura responsável pela animação musical dos ambientes das festas de junho. É a marca de um tipo de arte local. No contexto do jornalismo impresso, não há sentido falar sobre este músico em outra época, pois sua figura está normalmente ligada aos bailes de forró e quadrilha mais comuns no mês de junho no Brasil.

No dia seguinte, 22 de junho de 2012, a capa do caderno *Fim de Semana* trouxe uma manchete (imagem 11) a qual remete a duas reportagens. A fotografia jornalística mostra uma quadrilha junina em formação de

coreografia. A imagem 11 percorre quase 90% de toda a página (ver anexo 7) para atrair o leitor para o conteúdo seguinte. O fotógrafo Aldair Dantas optou por um ângulo contrapicado compondo as bandeirolas, ao fundo, buscando dar ênfase a coreografia e ao cenário dispostos na cena retratada, revelando a alegria presente naquele ambiente a partir dos elementos visíveis na imagem. A quadrilha na imagem 11 faz parte das festas na rua São João, no bairro de Lagoa Seca, no município de Natal, capital do Rio Grande do Norte (Nordeste do Brasil), como parte das comemorações em honra ao santo primo de Jesus Cristo.

Imagem 11: “LAMPEJOS DE SÃO JOÃO: *Fim de Semana* visita tradicional da rua São João, em Lagoa Seca (...)”.



Autor: Aldair Dantas (VIVANE, 2012, p. 06).

A rua que é fotografada é transformada em um arraial, um lugar no qual se unem os devotos para celebrar e prestar honras aos santos populares no contexto da celebração. Vários elementos simbólicos fazem parte desse

cenário e um deles aparece em destaque com muitas cores. Tratam-se das bandeirolas com pequenas bandeiras ou fitas coloridas.

A presença delas nesta festa remete, segundo Cascudo (1985), a um antigo costume de purificação por meio da água. Os devotos, a cada ano, realizavam a “lavagem do santo” nos rios próximos às capelas nas quais o santo do dia é padroeiro. Como signo desse ato, as bandeirinhas eram postas molhadas de um lado para o outro nas ruas ou no arraial para purificar quem passe por baixo. Dessa forma, todos no espaço da festa podem sentir-se abençoados pelo santo como anteriormente acreditavam estar ao banhá-lo nas águas do rio. Por esta razão, ao escolher o ângulo contrapicado na imagem 11, o fotógrafo não apenas enquadre os componentes da coreografia e seus trajes, mas também a bandeirola como elemento importante para atribuir sentido àquela cena, colaborando com a construção do imaginário do leitor sobre aquele momento e seu cenário.

Dentro do suplemento semanal, as duas reportagens sobre os festejos do mês de junho são acompanhadas de fotografias jornalísticas. O primeiro texto, “Arraial com as bênçãos de São João” (VIVANE, 2012, p. 06), traz ao todo oito fotografias jornalísticas realizadas por Aldair Dantas como descritas no quadro 01. Todas as fotos foram postas na página de forma que simulassem o movimento (ver anexo 8) como de uma coreografia de quadrilha ou de uma bandeirola. Destas analisam-se apenas algumas delas, pois trazem outras marcas culturais ainda não discutidas nesta pesquisa. A primeira é exposta na imagem 12. O fotógrafo registra a cena sob um ângulo picado, no qual aparecem o ícone de São João adulto em primeiro plano com foco e a festa profana cercada de devotos em segundo e sem foco. A imagem expõe ainda flores do campo ao pé da figura de São João, retratando as características de sua vida bucólica e ainda recorda que, em homenagem a esse santo, “o altar é enfeitado com flores e ramos naturais” (CASCUDO, 1985, p. 102).

Imagem 12: “O sagrado e o profano marcam cada um seu espaço na festa” (VIVANE, 2012, p. 06).



Autor: Aldair Dantas (VIVANE, 2012, p. 06).

A imagem 12 retrata um costume dos devotos de São João que colocam o santo em um ponto alto na festa para serem abençoados, durante toda à noite, por seu padroeiro pessoal e coletivo como exposto na imagem 12. Além disso, sua presença possui outro significado, pois

o santo, segundo a tradição, dorme durante o dia que lhe é dedicado tão ruidosamente pelo povo, através dos séculos e países. Se ele estiver acordado, vendo o clarão das fogueiras acesas em sua honra, não resistirá ao desejo de descer do céu, para acompanhar a oblação, e o mundo acabará pelo fogo (CASCUDO, 2000, p. 298).

Portanto, o santo na festa (como pode representar a imagem 12) pode ser sinal de boa festa em sua homenagem, tanto que “ele desceu” para ficar perto, acompanhando cada ação como desejam os devotos. A imagem 12 representa ainda a união de duas marcas culturais da festa de junho, o sagrado com a presença do santo e o profano com as folias e bebidas alcoólicas. O chamado ao santo com fogos, fogueiras e danças dos devotos tem como pano de fundo a superstição: o santo quer ver o amanhecer do dia em sua honra, 24 de junho como expresso nas seguintes quadras:

*São João pediu à Virgem
Que o não adormecesse,
Que queria ver, no seu dia,*

O Sol quando nascesse.

*São João se adormeceu
No colo de sua tia
- Acorda, João, acorda
Que amanhã é seu dia!*
(CASCUDO, 1985, p. 103)

Imagem 13: “Público se renova sem perder a tradição” (VIVANE, 2012, p. 06).



Autor: Aldair Dantas, sem data (VIVANE, 2012, p. 06).

Outro traço típico da festa de junho trazido por esta reportagem é a presença dos noivos da quadrilha caipira (na imagem 13, com roupas brancas). Durante a coreografia, encena-se um casamento matuto (ou caipira). O casamento caipira pode ser visto como a simpatia atendida por Santo Antônio (como visto na imagem 04) ou um pedido também a São João, pois ambos são santos casamenteiros na tradição da cultura popular no Brasil e em Portugal. Durante a cerimônia, na dança da quadrilha, o pai da noiva exige do noivo o casamento imediato, sob ameaça de ser preso pelo delegado da polícia (representado na imagem 13 com trajes escuros). O sacramento simbólico é confirmado, na coreografia, com a presença de um padre e uma freira, componentes do bailarico. Então, seguem-se os outros passos da dança em grupo. Cada quadrilha tradicional, como visto na imagem 13, apresenta um casal de noivos. “A noiva ostenta as provas da vitalidade sexual e reprodutiva de ambos, numa barriga arredondada que não deixa dúvidas sobre a ligação do ciclo junino com simbolismo da fecundidade e da fertilidade” (CHIANCA,

2006, p. 165). Por esta razão, a presença de uma imagem jornalística com registro dessas personagens reforça, no âmbito não cristão, o caráter de fertilidade agregado pelas festas do mês de junho na cultura popular em homenagem aos santos católicos do mês de junho, uma herança que resistiu desde os tempos antigos a contemporaneidade.

Noutra reportagem “Festivais e Shows em Natal, Mossoró e Assu” (FESTIVAIS E SHOWS, 2012, p. 08), há três fotografias jornalísticas, tratando sobre as festas de junho. Entretanto, escolheu-se apenas a descrita na imagem 14, em preto e branco, por ser a mais emblemática com a presença da quadrilha junto aos adereços nas mãos das moças. O fotógrafo Canindé Soares optou por um enquadramento em plano conjunto no qual aparecem as componentes da quadrilha com elementos do cenário como a bandeirola logo a cima de suas cabeças, além das lanternas de papel em suas mãos. Com esse enquadramento, pode-se ter a impressão da captura do movimento da coreografia encenada.

Imagem 14: “Festival de Quadrilhas Juninas da cidade do Natal acontece no Ginásio Nélio Dias, na zona Norte” (FESTIVAIS E SHOWS, 2012, p. 08).



Festival de Quadrilhas Juninas da cidade do Natal acontece no Ginásio Nélio Dias, na zona Norte

Autor: Canindé Soares, sem data (FESTIVAIS E SHOWS, 2012, p. 08).

Na imagem 14, há duas marcas as quais fazem da fotografia um destaque para análise. A coreografia é acompanhada com o uso de lanternas nas mãos em agitação. São também chamadas por Chianca (2006) de

“lanternas chinesas”. E a presença dela, remete ao que lembra Cascudo sobre as várias superstições no Brasil sobre o fogo. No caso, as lanternas da festa de junho, teriam a função de espantar os maus espíritos da esterilidade, por isso, a reportagem pode ser acompanhada por esta imagem, recordando a função deste elemento no contexto da festa e seu significado na manifestação. Outro ponto a ser discutido, na imagem 14, é a figura da Rainha do Milho como marca da herança de origem palaciana da quadrilha. Chianca (2006) também descreve a função de relevância dessa personagem, cujo figurino é, normalmente, em tons de verde e amarelo (cores do grão de milho), com uma faixa, indicando seu título de nobreza e uma coroa na cabeça (como se observa na imagem 14). Ela representa a fertilidade da colheita de milho durante aquele período. Ressalta-se que a imagem 14 traz uma coreografia realizada apenas por ela e as outras componentes da quadrilha sem a presença da “noiva”.

No dia 23 de junho, dia celebrado pelos devotos como véspera de honras a São João, o jornal *Tribuna do Norte* publicou a reportagem “São João em Natal: milho, fogueiras, fogos e... chuva!” (SÃO JOÃO, 2012, p. 03). A informação do periódico é acompanhada, em uma diagramação que propõe dinâmica (ver anexo 10), tendo um total de quatro fotografias jornalísticas de autoria de Adriano Abreu. São as imagens de 15 a 17. Todas trazem temas referentes à identidade da festa comemorada naquele dia e colaborando para compreender o significado das marcas culturais investigadas nesta pesquisa.

A foto principal, em preto e branco, (imagem 15), em plano conjunto, apresenta a rua João Pessoa, no bairro Cidade alta, importante para o comércio do município de Natal, com pedestres em uma calçada movimentada. Os transeuntes carregam guarda-chuvas, pois chove. Este enquadramento auxilia para visualizar a existência de muitas pessoas pelas ruas com guarda-chuvas e a rua molhada, o elemento de mais destaque para esta foto.

Imagem 15: As chuvas marcam a celebração das festas de junho, época de inverno no nordeste brasileiro.



Autor: Adriano Abreu (SÃO JOÃO, 2012, p. 03).

Ao analisar a imagem 15, recordam-se: os festejos de junho pertencem ao calendário das festas do ciclo de inverno no Brasil, diferente de Portugal, celebrados no verão. Cascudo (1985) observa a existência de várias orações que os nordestinos do Brasil possuem para pedir a intercessão dos santos de junho para providenciar chuva para a lavoura. Com isso, a chegada da água pode ser considerada como um elemento de felicidade entre os devotos, pois é a confirmação da intercessão dos santos padroeiros. A presença de fotografias retratando a chuva, favorece o clima de festa entre os devotos, pois podem ver, no meio de comunicação massiva local, o possível efeito de suas orações em súplica pelas águas pluviais.

Segundo Cascudo (1985; 2000), há ainda várias adivinhações, cuja realização ocorre no dia dos santos de junho, principalmente com relação a São João, tentando prever, de forma popular, a precipitação da chuva para o ano seguinte. Dessa forma o homem do campo faz, com seu saber popular, sua meteorologia sertaneja e se antecipa para organizar a economia local pela agricultura e pecuária por exemplo. Vale destacar aqui que, por muitas vezes, as instituições de meteorologia consideradas científicas recorrem ao homem do campo para saber quais os resultados das experiências realizadas pelos “profetas da chuva”, isto é, por aqueles homens agricultores sem instrução escolar, mas com um conhecimento empírico sobre a natureza e as previsões de chuva. Entre as mais diversas experiências já observadas, podem-se

nomear: o movimento migratório dos pássaros; a posição da Lua; a direção do vento; as atividades de sociedades de insetos como formigas, abelhas e cupins.

Outra foto selecionada está na imagem 16. Em ângulo normal, com enquadramento em plano conjunto, o fotógrafo registra as barracas do comércio informal, postas para venda de produtos da festa do mês de junho: roupas típicas; fogos de artifício etc.

Imagem 16: Espalhadas pela cidade do Natal, as barracas marcam o imaginário local e dão o clima de festividade do mês.



As barracas (imagem 16) são montadas em vários canteiros nas principais avenidas da capital potiguar, como na avenida Prudente de Moraes e Avenida Antônio Basílio. Sua presença enquanto registro fotográfico reforça o imaginário coletivo popular como um indício de clima de festividade pela celebração das festas em homenagem aos santos católicos do mês de junho. De acordo com Chianca (2006), estas barracas fazem parte da paisagem urbana da cidade do Natal na época das festas de junho, tornando-se marca de lazer fundamental para indiciar a realização das festividades, principalmente, para as crianças.

Noutro ponto do município de Natal, na avenida Prudente de Moraes, no bairro de Lagoa Nova, próximo ao cruzamento com a avenida Almirante Alexandrino de Alencar, fica instalado o principal ponto de venda de fogueiras

autorizado pelo Corpo de Bombeiros. Este local aparece retratado na imagem 17 e traz uma das marcas mais características da festa em homenagem a São João: o fogo representado pela fogueira, o qual, no culto religioso católico, faz menção ao ato realizado como sinal de nascimento de João Batista. Conta-se tradicionalmente e popularmente no Brasil, que Isabel, prima de Maria de Nazaré e mãe de Jesus Cristo, teria prometido que uma fogueira seria acesa possibilitando, ao longe, comunicar a prima o nascimento da criança de forma saudável, dadas as suas condições de gestação em idade avançada da primeira. De posse deste ato, a cultura popular ainda ascende fogueiras para marcar o início da celebração dos festejos em homenagem aquele que veio destinado a anunciar a vinda de Jesus. Não há comprovação na bíblia da cena entre Maria e Isabel. A fogueira é apontada, então, por Cascudo (1985) como uma marca posta pelos jesuítas no período colonial para atrair os indígenas para os tempos de festividade da religião católica.

Imagem 17: O elemento do fogo representado pela fogueira.



Autor: Adriano Abreu (SÃO JOÃO, 2012, p. 03).

Sob a óptica do folclore descrito por Cascudo (1985, p. 76), “o fogo é sagrado” e seu culto vem desde a Grécia e a Roma antigas. “Não há culto mais amplo nem mais antigo. (...) Onde estava o lume, estava a família. A lareira se tornou sede religiosa, centro irradiante de tradições, narradas pelos mais velhos aos mais novos ao calor reconfortante” (CASCUDO, 2000, p. 236). Nas festas do mês de junho no nordeste do Brasil, os devotos fazem diversas

adivinhações sobre a previsão de tempo, a vida e também sobre a colheita do ano seguinte.

Cascudo (1985) relembra alguns dos rituais de comunidade entre os devotos, no qual um torna-se compadre do outro: “à roda da fogueira acesa na tarde de 23 de junho rodava-se, cantando, para a direita e para a esquerda, um bailarico vivíssimo” (CASCUDO, 1985, p. 233). Esse e outros atos ao redor da fogueira reforçam o aspecto do homem do campo e os laços de amizade e família, relevantes no contexto sociocultural.

Ainda sobre o simbolismo presente nas festas, representado pelo fogo, Cascudo (1985, p. 155) recorda:

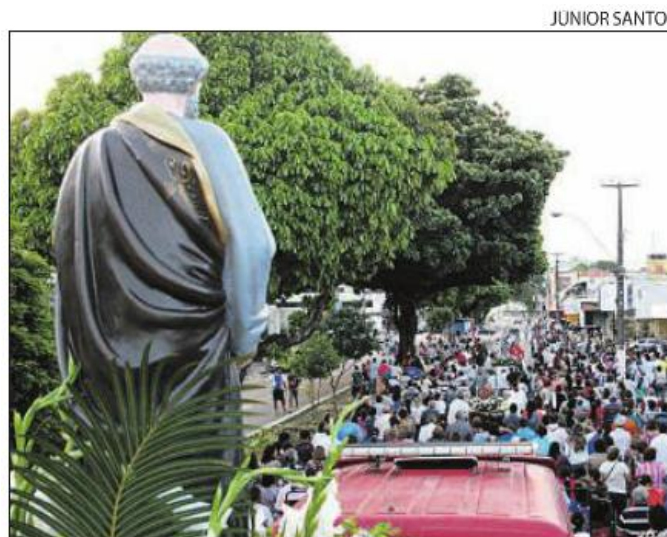
Se ainda vemos crepitar as fogueiras de São João como sobrevivências legítimas do culto solar, significando um sacrifício para que o sol, então no solstício, não desfaleça e volte a aquecer a vida vegetal indispensável à humanidade, outros tantos vestígios resistiram e estão nossos contemporâneos, vindos da antiguidade mais remota e misteriosa.

Há também de se observar a ação folkcomunicativa ao se “montar” a fogueira em homenagem ao santo do dia do mês de junho. Há três santos celebrados no mês de junho para os quais são armadas fogueiras: Santo Antônio (13 de junho); São João (24 de junho) e São Pedro (29 de junho). Cascudo (2000) relata que para o primeiro, a fogueira é disposta em formato quadrangular, no dia do segundo em forma triangular e, no último, em forma circular. Dessa maneira, há a indicação simbólica de qual é o santo do dia pela forma como está disposta a fogueira e a quem se presta agradecimentos pela intercessão da festa farta. Todavia, recorda-se que esta marca folkcomunicacional pode ter sido modificada, uma vez que não se encontrou tanto registro no fotojornalismo de *Tribuna do Norte* quanto nas práticas dos participantes da festa de junho no ano de 2012, tão pouco os participantes recordaram-se da realização desse ato em outros anos.

A última reportagem publicada no periódico *Tribuna do Norte* no mês de junho de 2012 sobre as festividades em homenagem aos santos populares é “Procissão encerra festa do padroeiro do Alecrim” (PROCISSÃO ENCERRA, 2012, p. 08) com duas fotografias jornalísticas de autoria de Júnior Santos. As

duas tratam do encerramento do ciclo das festas do mês de junho com as homenagens a São Pedro.

Imagem 18: Procissão de São Pedro no bairro de Alecrim em Natal.



A tradicional procissão de São Pedro percorreu as ruas do Alecrim

Autor: Júnior Santos (PROCISSÃO ENCERRA, 2012, p. 08).

A imagem 18 mostra a procissão realizada no bairro do Alecrim, centro comercial e residencial do município de Natal. É importante destacar que esse bairro tem grande destaque no contexto sociocultural popular de natalenses por ser um bairro com presença de feiras populares e forte comércio informal. Além disso, é ainda um bairro domiciliar, tendo seus primeiros habitantes oriundos de cidades do interior do estado do Rio Grande do Norte. Dessa forma, as tradições e devoção aos santos católicos são expressivas como na imagem 18.

Cascudo (2000, p. 537) define procissão como “desfile de fiéis, acompanhando o púlpito onde ia o sacerdote ou seguindo andores ou charolas, com as imagens dos santos do dia”. No caso da procissão representada na imagem 18, trata-se do ícone de São Pedro de costas como “de olhos” para (lê-se ainda: em proteção a) os devotos. A imagem 18 foi produzida pelo fotógrafo em ângulo picado com a imagem de São Pedro em primeiro plano e a da procissão em segundo, sendo os dois ângulos com foco. A cena é registrada em plano americano do santo de costas e em conjunto dos fiéis, na tentativa de passar a dimensão da quantidade de pessoas presentes no cortejo.

Essa ocasião, de acordo com Cascudo (2000, p. 537), “é momento das ‘promessas’ estranhas, vindas do uso português, e muitas de longa

antiguidade, da penitência etc”. Cascudo (2000) relata várias formas de promessas e pedidos a serem atendidos ou ainda como forma de expor, comunicar, aos outros devotos que o santo da procissão intercedeu por seu pedido junto a Deus. Entre estas ações estão:

Pode constar da obrigação de praticar ou não determinados atos, abster-se de usar certas cores, servir-se de alimentos indicados, conservar cabelo e barba no caso de homem, cortar o cabelo no caso de mulher, vestir exclusivamente uma cor, andar descalço, cumprindo infinito número de deveres penitenciais oferecidos no momento de aflição. (CASCUDO, 2000, p. 538)

A procissão registrada na imagem 18 revela os devotos caminhando pelas ruas do bairro e a imagem de São Pedro no mesmo caminho, transportada em um andor sob uma viatura do corpo de bombeiros.

Noutro momento da procissão, registrada na imagem 19, os devotos carregam o santo no andor com a própria força como forma de mostrar publicamente a sua devoção e homenagem ao santo. Geralmente, os homens habilitam-se para carregar o andor por exigir força braçal. É uma forma de a maior parte dos homens mostrar o “pagamento” de uma promessa com o santo, o qual, em si, pode ser classificado como uma forma de comunicação diante da teoria da Folkcomunicação.

Imagem 19: Procissão de São Pedro no bairro de Alecrim em Natal.



Missa de encerramento teve início com a chegada da imagem

Autor: Júnior Santos (PROCISSÃO ENCERRA, 2012, p. 08).

A imagem 19 traz a fotografia jornalística de devotos de São Pedro dentro da paróquia daquele santo, localizada no bairro do Alecrim, na cidade de Natal, capital do Rio Grande do Norte. A fotografia foi realizada em ângulo picado com enquadramento em plano conjunto para captura da cena de ação dos homens e dos outros devotos ao redor. Tanto a imagem 18 quanto a 19 representam a fé e devoção em atos de penitência, comunicando suas notícias pessoais, traços típicos da cultura do povo e fenômeno de comunicação, diálogo com o sagrado e com os outros membros da sociedade.

4.2 AS FOTOGRAFIAS DO JORNAL CORREIO DA MANHÃ

Apesar de Santo Antônio ser o santo mais homenageado na cidade de Lisboa, São João e São Pedro também têm espaço na devoção local. Entretanto, Santo Antônio por ter nascido em Lisboa, ter vivido parte de sua vida naquela cidade ganha maior destaque na devoção popular. Suas homenagens são demonstradas durante todo o mês, mas se concentram com maior intensidade na primeira quinzena de junho, tendo seu pico na véspera de seu dia e no dia no qual lhe é dedicado, respectivamente, dias 12 e 13 de junho.

Ao serem retratadas estas festas e manifestações populares a partir do jornalismo impresso nas edições do *Correio da Manhã*, no mês de junho de 2012, publicaram-se 29 inserções jornalísticas (que variam entre notas e reportagens) e duas chamadas sobre o tema em análise como descrito no quadro 02:

Quadro 02: Quantidade de reportagens sobre o tema em questão e se houve registro fotográfico em edições do mês de junho de 2012 do jornal *Correio da Manhã*.

Jornal Tribuna do Norte		
Reportagem ou chamada	Dia/ Caderno/ Página	Fotografia/ Autor
Festas de Lisboa: Abertura	01 de junho/ A fechar/ 52	Sim/ Mariline Alves
Marchas Populares de Lisboa: Festa	02 de junho/ A fechar/ 52	Sim/ João Miguel Rodrigues
Cinco mil em festa	03 de junho/ Sociedade / 24	Sim/ João Miguel Rodrigues
Casamentos de Santo Antônio	04 de junho/ Sociedade/ 18	Sim/ João Miguel Rodrigues
Empurrões na bancada	04 de junho/ Sociedade/ 20	Sim/ Pedro Catarino

Casamentos de Santo António	05 de junho/ Sociedade/ 17	Sim/ João Miguel Rodrigues
Tira-teimas na avenida	05 de junho/ Sociedade/ 18	Sim/ Mariline Alves
Casamentos de Santo António	06 de junho/ Sociedade/ 17	Sim/ João Miguel Rodrigues
Casamentos de Santo António	07 de junho/ Sociedade/ 18	Sim/ João Miguel Rodrigues
Portugal de Lés-a-lés: Alfama em festa	08 de junho/ Leitores/ 15	Sim/ Direitos reservados
Casamentos de Santo António	08 de junho/ Sociedade/ 18	Sim/ João Miguel Rodrigues
Casamentos de Santo António	09 de junho/ Sociedade/ 24	Sim/ João Miguel Rodrigues
Dose de sardinhas está a sete euros	09 de junho/ Sociedade/ 24	Sim/ João Miguel Rodrigues
Casamentos de Santo António	10 de junho/Sociedade / 24	Sim/ João Miguel Rodrigues
Casamentos de Santo António	11 de junho/ Sociedade/ 18	Sim/ João Miguel Rodrigues
1500 marcham pela avenida	11 de junho/ Sociedade/ 18	Sim/ Mariline Alves
Autarca planta manjericos	11 de junho/ Sociedade/ 19	Sim/ José Coelho/ Lusa
Santo António cumpre tradição casamenteira	13 de junho/ Capa	Sim/ Pedro Catarino
Noivos juram amor eterno	13 de junho/ Especial/ 26-27	Sim/ Pedro Catarino
Sardinha no pão por 1,5euros	13de junho/ Especial/ 27	Sim/ João Miguel Rodrigues
Marchas Populares de Lisboa enchem Avenida da Liberdade com muita cor e emoção.	13de junho/ Especial/ 26-27	Sim/ João Miguel Rodrigues
Milhares em procissão	14 de junho/ Sociedade/ 25	Sim/ João Miguel Rodrigues
Ciganos de ouro	14 de junho/ Especial/ 40-41	Sim/ João Miguel Rodrigues
Setúbal desfila	15 de junho/ Leitores/ 15	Sim/ Direitos reservados
Marchas infantis mostram tradições em Almada	17 de junho/ Leitores/ 35	Sim/ Direitos reservados
Setúbal desfila	21 de junho/ Leitores/ 21	Sim/ Direitos reservados
Marchas em Almada	22 de junho/ Leitores/ 18	Sim/ Direitos reservados
Sardinha vendida a preço de ouro	24 de junho/ Capa	Sim/ Manuel Araújo
Sardinha vendida a preço de ouro	24 de junho/ Actualidade II/ 6	Sim/ Jorge Godinho

Foram selecionadas apenas cinco das fotografias, nas quais se aplicaram a metodologia e teoria escolhidas. Por sua vez, estas foram escolhidas por retratarem com maior força o tema escolhido para análise dentro da cultura popular local. As demais repetiam o abordado nas fotos

escolhidas e não tiveram tanto destaque ao serem publicadas por terem sido apenas acompanhadas de notas e de quadros curtos.

O ponto alto das festas populares de junho em Lisboa dar-se na véspera do dia de Santo Antônio, quando acontece o evento “Casamentos de Santo Antônio”, organizado pela Câmara Municipal e realizado na Sé de Lisboa, localizada no bairro da Mouraria. Esta Igreja traz um simbolismo para os católicos daquela cidade, pois foi a Igreja na qual o santo local foi batizado e recebeu a primeira comunhão. O santo realizou ainda alguns milagres de acordo com a tradição popular local. Um destes episódios é quando o pai do mesmo foi condenado à forca. Sabendo da sentença injusta, porque o acusado era inocente, seu filho Antônio, o qual cumpria sua missão de sacerdote em Pádua, Itália, pediu na hora, que estava celebrando uma missa que os fiéis rezassem três Ave-Marias. Enquanto os fiéis rezavam, o Santo foi á Lisboa, Portugal, livrou o pai da forca e voltou, sem sair do altar na Igreja de Pádua. Este episódio ficou conhecido como Milagre da Bilocação (estar em dois lugares ao mesmo tempo).

“(...) Santo Antônio é muito acariciado⁶ pelos lisboetas. É considerado protetor das almas do purgatório, defensor dos animais, curandeiro, advogado dos objetos perdidos, além de assumir no imaginário popular um propiciador dos bons casamentos(...)” (LUCENA FILHO, 2012, p. 102). Casamentos principalmente daqueles mais carentes e sem condições de fazer o matrimônio por questões financeiras. Sendo assim, o Santo nascido em Lisboa é o principal personagem homenageado desta festa a qual anima as ruas da cidade.

Na análise do jornal *Correio da Manhã*, apresentam-se no dia 13 de junho de 2012 as seguintes reportagens que preenchem as páginas 26 e 27 do caderno Especial: “Noivos juram amor eterno” e “Sardinha no pão por 1,5euros”. A primeira reportagem traz três fotografias jornalísticas sobre o “Casamentos de Santo Antônio”. A imagem 20 foi escolhida para representar esta reportagem, por trazer o maior número de noivos e representar melhor a cena do casamento naquela Igreja. Em plano de conjunto, ocupando parte das duas páginas (ver anexo 12), a fotografia revela 11 casais selecionados pela

⁶ A quem os devotos têm estima.

Câmara Municipal de Lisboa para se casarem neste dia, véspera de Santo Antônio, naquela Igreja Matriz. A fotografia colabora, com este enquadramento, ao entendimento da quantidade de casamentos realizados e da realização dos mesmos na Sé de Lisboa. Quem não conhece como é realizado aquele matrimônio coletivo pode vivenciar parte dele pelo signo visual e compreender parcialmente a sua importância no contexto local, em que os noivos são tratados como príncipes e princesas de uma grande cerimônia religiosa.

Esta imagem pode representar ainda um vasto número de casais os quais escolhem a data de homenagens ao santo lisboeta para se casarem por acreditarem na intercessão do Santo. Além disso, a fotografia vem atestar esta tradição popular relacionada ao santo de Lisboa, como uma prova de seus milagres intermediados junto a Deus.

Imagem 20: “Um momento único com os 11 casais que deram o nó na Sé de Lisboa. No final, centenas de populares aguardavam” (CARVALHO, 2012, p. 27).



Autor: Pedro Catarino (CARVALHO, 2012, p. 26).

O jornal *Correio da Manhã*, dessa forma, pode aproximar-se dos seus leitores ao trazer um evento popular e típico da cultura local. Ao olhar essa imagem, dentro das origens pagãs das celebrações em homenagem aos santos católicos do mês de junho (período relacionado ao solstício de verão no hemisfério norte), há a comemoração da fertilidade com um grande número de jovens casando-se, esperando-se depois a chegada dos filhos para perpetuar a cultura e a tradição locais. Outro ponto, não enquadrado nesta imagem, é a

saída dos casais em cortejo em carro aberto e centenas de pessoas saudando-os como reis e rainhas como um elemento de alegria pela renovação daquela fertilidade vinda com a força do sol nos cultos antigos e não cristãos e ao mesmo tempo católico com a devoção ao santo conterrâneo popular por unir casais em Portugal.

No evento, as ruas se enchem de gente de todas as idades, turistas e lisboetas para acompanhar o desfile dos recém-casados, realizando um grande cortejo com cerca de quatro quilômetros de trajetória, iniciando-se da Catedral até a Estufa Fria, no Parque Eduardo VII. Por todos os lados, as pessoas acenam e gritam vivas aos casados, vencedores de um longo processo de seleção, iniciado em março, no qual são escolhidos casais com pelo menos um deles nascido na cidade e com baixo poder financeiro, tendo ainda de comprovarem interesse em continuar a morar no município. Em entrevista informal, no dia 12 de junho de 2013, com a organizadora de eventos da Câmara Municipal, a senhora Maria do Carmo Rosa, coordenadora do “Casamentos de Santo António” desde 2008, informou que a seleção é o processo mais importante para averiguar os requisitos para se tornarem noivos daquela cerimônia. Ao todo, são 16 casais. Cinco casam-se no civil, na sede da câmara, nos Passos do Conselho da Câmara, e o restante na Sé como na imagem 20. Todas as despesas como vestidos, trajes, rosas, decoração, *buffet* para 500 pessoas, aluguel de carros, pagamento da cerimônia são feitas por parceiros privados da administração municipal. A iniciativa destes casamentos foi dada em 1958 por um extinto diário lisboeta, o *Jornal Popular*, interrompendo o evento em 1974. Porém, após longas negociações entre a Igreja Católica, a Câmara e colaboradores locais, os casamentos retornam em 1997. Notou-se que apesar de 2013 ser um ano de crise para o país, a entidade pública municipal não investiu nada na realização do evento, foi apenas a colaboração dos parceiros locais os quais acreditam no espírito de amor do matrimônio.

No dia 13 de junho de 2012, o jornal *Correio da Manhã* publicou também a imagem 21 a qual traz uma das marcas mais típicas da festa local: as sardinhas.

Imagem 21: “Sardinha assada atrai centenas ao bairro de Alfama” (NOGUEIRA, 2012, p. 27).



Autor: João Miguel Rodrigues (NOGUEIRA, 2012, p. 27).

As sardinhas fazem parte da culinária e gastronomia da festa do mês de junho em todo Portugal. São representantes da fartura ligada a atividade da pesca e, ao mesmo tempo, são a alegria de uma festa, pois enchem a mesa, sendo servidas acompanhadas de pimentões, pão e bebida a gosto. Lucena Filho (2012, p. 107) relata:

a sardinha é sempre presente em qualquer festa popular, citadina ou na província, dos Santos Populares ou nas romarias, à mesa ou à mão sobre uma boa fatia de pão com gordura a pingar. [...] A sardinha assada é popularmente denominada a rainha da festa, e consumida nas noites dos Santos Populares. Faz parte da ementa dos estabelecimentos gastronômicos e nos hotéis são oferecidas aos turistas acompanhadas de caldo verde, broa e um bom tinto.

Ao se direcionar o olhar para a imagem 21, pode-se observar que estes elementos estão presentes no enquadramento em plano conjunto, uma mesa farta em primeiro plano, com convidados e amigos ou familiares, em um momento de descontração, em uma rua lisboeta, no bairro de Alfama. A rua foi transformada em um grande banquete ao ar livre. Em junho de 2013, foi possível vivenciar este cenário repleto de confraternização. As ruas e avenidas são tomadas por fumaça dos pontos de vendas deste alimento e fazem parte das marcas culturais as quais dão sentido à atmosfera da festa local. Por sua

vez, por meio da imagem 21, passa-se a conhecer como são os hábitos alimentares lisboetas na festa. O jornal valoriza, no seu texto, o sentido econômico do alimento popular, ressaltando elementos também turísticos. E, mesmo sendo comida classificada como de quem vive à margem da sociedade, nos cais do porto da cidade, por exemplo, visto que não é um peixe nobre, durante a festa, a elite também se alimenta desse pescado.

Na imagem 22, em cores, em plano conjunto, vê-se a marca cultural maior de toda a festa de Lisboa, as Marchas Populares. Participantes da marcha do bairro de Ajuda desfilam pela Avenida da Liberdade próxima ao monumento ao Marquês de Pombal. Esta é uma das principais avenidas da cidade, com sedes de jornais de todo país, lojas e bancos multinacionais.

Imagem 22: “De regresso à competição, a marcha mostrou barcos, figurinos verdes e vermelhos, e evocou o mito de Ulisses e a fundação de Lisboa” (CARVALHO, 2012, p. 27).



Autor: João Miguel Rodrigues (CARVALHO, 2012, p. 27).

As Marchas Populares são marcas da cultura de Lisboa, remontando uma antiga tradição de lavar os rostos nas bicas dos logradouros públicos durante a madrugada das noites de verão, nas quais os cidadãos saíam pelas ruas para despertar para o novo dia de folia, após uma longa noite de festa. Atualmente, elas são realizadas por comunidades organizadas de cada um dos

bairros e freguesias populares de Lisboa, um trabalho em conjunto, revelador de união e de devoção coletivas. Na noite de 12 de junho, em alegorias, os participantes descem a Avenida da Liberdade (antigo limite da cidade entre mouros e cristãos) até a praça dos Restauradores. Na visão de Lucena Filho (2012, p. 61), as Marchas Populares,

(...) que constituem o ponto alto dos festejos, são um evento aglutinador de centenas de pessoas, forças vivas da cidade constituídas pelas coletividades, marchantes, ensaiadores, coreógrafos, figurinistas, músicos e as estrelas anônimas dos bairros que, na sua dedicação e empenho permitem a continuidade deste acontecimento cultural popular. Trata-se enfim, de um conjunto de pessoas unidas pelo seu amor ao bairro onde vivem e o que cada Marcha representa.

É importante lembrar que as Marchas de Lisboa não são apenas um grupo de dança, com coreografia e figurino formado por moradores de bairros populares, mas podem, sob a óptica da Folkcomunicação ser veículo de comunicação social alternativo, pois cada uma das marchas traz temas escolhidos por e sobre sua comunidade. Sendo assim, representam uma forma de comunicação popular. No caso da imagem 22, o mito popular pelo qual a cidade teria sido fundada pelo lendário grego Ulisses é o tema da marcha da freguesia da Ajuda (um bairro popular da capital portuguesa).

A imagem 22 enquadrada em plano conjunto na qual aparece, no primeiro plano, uma participante daquela marcha e, em segundo, os demais componentes. A escolha de um ângulo normal para tomada do retrato aproxima em pé de igualdade o interprete e a representação visual, dando um aspecto de o observador estar a desfilar na marcha. A perspectiva da imagem traz a dimensão da festa local e o tamanho da marcha a qual desce a Avenida da Liberdade. A imagem simboliza o valor dado esta tradição nascida no âmbito popular, nas ruas da cidade do fado em uma forma única de se manifestar e dar sentido a vida de seus habitantes em um dia de homenagem a Santo Antônio. Ao longo de toda avenida, em mais de seus mil e quinhentos metros, e aos arredores dela, encontram-se vários expectadores, muitos deles habitantes da cidade e do país e ainda turistas. No dia 12 de junho de 2013, observou-se que vão àquela avenida para assistir uma manifestação de sua cultura e cujas marchas são suas representações culturais. Este era o principal

motivo de sair de casa para ficarem por volta de cinco horas em pé para vê-las passar. Estavam ali por seus familiares e amigos participantes das marchas, o orgulho de pertencimento aos bairros suburbanos estava estampado em suas faces.

Segundo Abel (2006), as marchas nasceram em Lisboa, mas estão, atualmente, em todo país, adaptando-se a história e especificidade de cada região ou cidade.

Na imagem 23, há a marca cultural dos manjericões, um dos elementos o qual compõe a flora da época de junho na cidade de Lisboa.

Do grego, "basilikón". Planta verde, herbácea, da família das labiadas, muito aromática e introvertida. Segundo a lenda, não resiste a que se meta o nariz na sua vida. Chega, nesses casos, a morrer com a vergonha devassa da sua intimidade olorosa. Ainda assim, derrete-se quando lhe passam as mãos pelas suas pequenas folhas. A associação do manjerico aos festejos são-joaninos terá porventura raízes nalguma tradição milenar, no âmbito dos rituais de fertilidade associados à comemoração do solstício de Verão. (SILVA; COSTA, 1997, p. 93-94)

A imagem 23 do fotojornalista João Miguel Rodrigues evoca esse sentido oculto dentro da cultura popular portuguesa. Durante a festa, a cidade cheira a esta erva, pois a planta é espalhada nas esplanadas dos restaurantes, nas janelas das casas e nas bancas de vendas por vários pontos da cidade.

Imagem 23: o manjerico é o aroma da festa popular de Lisboa em homenagem a Santo António.



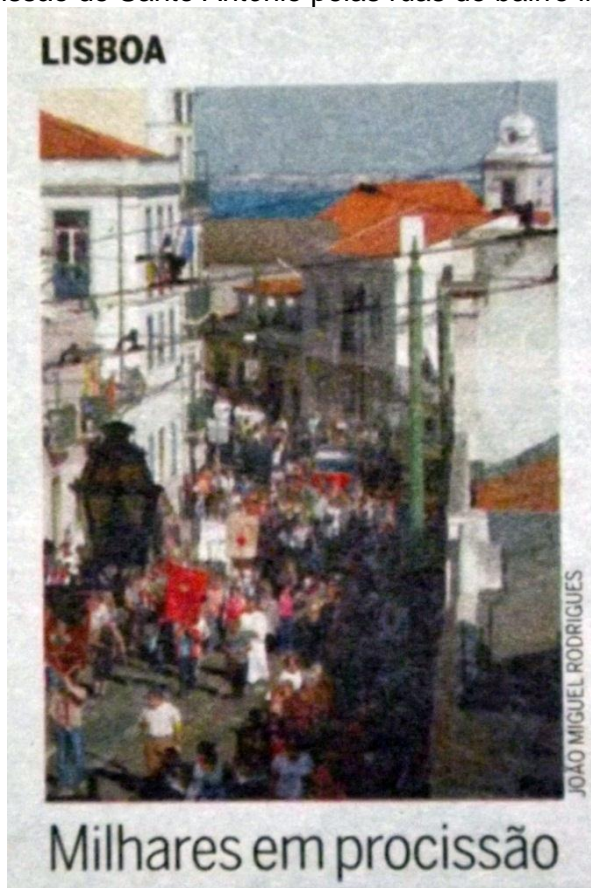
Autor João Miguel Rodrigues (CARVALHO, 2012, p. 27).

Na imagem 23, o registro deste elemento produz sentido, uma vez que o manjerico é também presenteado entre os participantes da festa. Há sempre algum comprador desta erva o qual a presenteia para outrem de seu feito como uma forma demonstrar uma tradição apontada por Silva e Costa (1997) e, possivelmente, é esta ação a permanência do ato profano em menção ao solstício de Verão. Cada tipo de manjerico tem assim uma intenção comunicativa, pois há um relacionado ao amor e outro amizade, por exemplo, variando de acordo com o odor o qual exala e a pessoa a quem se pretende dar a erva. Stuardart (1943, p. 301) relata que o manjericão faz ainda parte do universo de superstições dentro do contexto das festas do mês de junho. Uma destas superstições fala que “em noite de S. João passa-se um ramo de manjericão na fogueira e atira-se ao telhado; se na manhã seguinte o manjericão ainda estiver verde, o casamento é com moço, se murcho, é com velho”.

Na imagem 24, o fotojornalista do *Correio da Manhã*, João Miguel Rodrigues retrata, em plano geral e ângulo picado, um evento no âmbito religioso, trata-se da procissão realizada em homenagem a Santo Antônio pelas ruas do bairro de Alfama, momento único no qual a imagem daquele

santo sai de sua paróquia e segue em cortejo com seus fieis sobre um carro do corpo de bombeiros.

Imagem 24: procissão de Santo Antônio pelas ruas do bairro lisboeta de Alfama.



Autor: João Miguel Rodrigues (MILHARES, 2012, p. 25).

Nessa ocasião, de acordo com Cascudo (2000, p. 537), “é momento das ‘promessas’ estranhas, (...) e muitas de longa antiguidade, da penitência etc”. Cascudo (2000) relata várias formas as quais os devotos fazem promessas para seus pedidos serem atendidos ou ainda como forma de expor, comunicar, aos outros devotos que o santo da procissão intercedeu por seu pedido junto a Deus. Entre estas ações estão:

Pode constar da obrigação de praticar ou não determinados atos, abster-se de usar certas cores, servir-se de alimentos indicados, conservar cabelo e barba no caso de homem, cortar o cabelo no caso de mulher, vestir exclusivamente uma cor, andar descalço, cumprindo infinito número de deveres penitenciais oferecidos no momento de aflição (CASCUDO, 2000, p. 538).

Nesta imagem, fica a marca cultural religiosa católica de um cortejo, remontando para os fieis a passagem do santo por suas ruas, perto das suas casas, aproximando o santo popular ainda mais do povo, uma tradição a qual relembra a chegada triunfante dos herois ou reis da guerra na antiga Roma. Mas relembra também que o ato de seguir a imagem pela rua é uma maneira de mostrar devoção e agradecimento pela intercessão da graça alcançada. Durante o cortejo realizado no dia 13 de junho de 2013, observaram-se muitas pessoas moradoras não só da capital portuguesa, mas gente vinda de várias regiões do país para prestar homenagem ao santo. Além deles, muitos turistas do Brasil e de várias regiões da Europa e norte da África participaram da procissão, visto que Santo Antônio nasceu em Lisboa, mas também fez história por vários países do mar mediterrâneo.

4.3 HÁ UMA FESTA ENTRE O SUL E O NORTE

Neste último momento da análise, apresenta-se um estudo complementar a cerca da fotografia jornalística das marcas da cultura popular em homenagem aos santos católicos do mês de junho a partir das imagens analisadas. Observa-se a construção dessas e a produção de conhecimento que está implícita. Toma-se como ponto de partida o pensamento do pesquisador português Boaventura de Sousa Santos (2000; 2004; 2006; 2009) em diálogo com a folkcomunicação do investigador brasileiro Luiz Beltrão (1971; 1980; 2004).

Para Santos (2009), há duas formas de epistemologia do conhecimento, uma dominante e hegemônica, que se trata como a única forma de produção de conhecimento, e a outra que enxerga que esse processo deve ser de forma mais plural, é uma visão que provém de culturas e de classes subalternas e contrahegemônicas. A primeira, o autor chama de Epistemologia do Norte e a segunda de Epistemologia do Sul. Sua denominação de Norte e Sul é sobre a influência exercida pela Europa Ocidental (Norte) sobre as ex-colônias espalhadas por todo o mundo (Sul). Porém, Santos (2009) afirma também que esta divisão não é apenas geográfica, uma vez que o Norte geográfico possui a sua parcela de “terceiro mundo”, representada por imigrantes, ciganos, classes sociais com menor poder aquisitivo, representantes das lutas de gênero etc, e

que o Sul global também possui seus nichos de “Europa”, com minorias elitistas capitalistas e oligárquicas que dominam as formas de produção cultural e impõem sua maneira de ver o mundo.

Nesta pesquisa, o jornalismo é tomado como uma construção social da realidade como afirmam Berger e Luckmann (1998) e uma forma de documentar a história, um processo de construção de conhecimento. O jornalismo colaboraria, portanto, para que o indivíduo construísse sua visão de mundo e tivesse um posicionamento frente a ele como também pensa Marques de Melo (1975) em conceito Pedagógico sobre a Comunicação Social. Isso, todavia, nem sempre acontece de forma plena, pois o jornalista pode ser influenciado pelo veículo de comunicação a expor uma representação da realidade com um recorte que favoreça ao grupo que lhe financia por exemplo. Para refletir sobre isso, recorre-se ao que dizem Berger e Luckmann (1998, p. 38), ao analisar as linguagens impregnadas na realidade social:

Apreendo a realidade da vida diária como uma realidade ordenada. Seus fenômenos acham-se previamente dispostos em padrões que parecem ser independentes da apreensão que deles tenho e que se impõem à minha apreensão. A realidade da vida cotidiana aparece já objetivada, isto é, constituída por uma ordem de objetos que foram designados *como* objetos antes de minha entrada na cena. A linguagem usada na vida cotidiana fornece-me continuamente as necessárias objetivações e determina a ordem em que estas adquirem sentido e na qual a vida cotidiana ganha significado para mim. Vivo num lugar que é geograficamente determinado;

Observa-se, então, que o *modus operandi* do jornal é preestabelecido por um modelo hegemônico, em que o que não cabe a este modelo “não” é tido por jornalismo em sua essência. Essa influência pode ser tamanha que nem o próprio jornalista, por vezes, a repara, passando a reproduzir um pensamento dominante aos seus vários leitores.

No contexto da análise desta pesquisa, constata-se que o Fotojornalismo do *Tribuna do Norte* e do *Correio da Manhã* tratam sobre a cultura popular em suas localidades. Entretanto, há de fato uma pronúncia popular sobre a sua cultura? O conhecimento do senso comum, o tradicional, que também é dinâmico, é expresso por tais periódicos? Observou-se que não. A cultura popular é exposta por esse fotojornalismo como um produto à venda no

mercado, um evento folclórico de uma sociedade distante, um conhecimento reduzido ao sabor da indústria do turismo. De acordo com Marques de Melo (2008, p. 47-48), essas são características de apropriações folkmediáticas:

Tais apropriações folkmediáticas tornaram-se mais comuns nos formatos ficcionais ou musicais. No entanto, o próprio jornalismo se abastece continuamente das fontes da cultura popular, registrando indícios das sobrevivências tradicionais na vida das comunidades modernas. Tais manifestações populares se convertem em notícias pelo seu caráter inusitado, pitoresco ou sentimental. Adquirindo importância pela sua natureza de instância mediadora entre cultura de massa e a cultura popular, a folkcomunicação protagoniza fluxos bidirecionais e sedimenta processos de hibridização simbólica.

Em outras palavras, a intenção desses veículos de comunicação pode ser considerada apenas mercadológica como resume Sousa (2004, p. 5-6), ao esclarecer sobre a função da fotografia no periódico quando afirma que “o fotojornalismo ajuda a vender jornais e revistas, leva milhões de pessoas a exposições e fornece ao mundo foto-livros de qualidade, beleza, interesse e potencial informativo extraordinários”. Marques de Melo (2008, p. 47) acrescenta ainda que “para legitimar-se socialmente e para conquistar os mercados constituídos por cidadãos que não assimilaram inteiramente a cultura alfabética, a indústria cultural necessitou retroalimentar-se continuamente na cultura popular”. Sendo assim, conquistam mais público como leitor sem discutir a profundidade do saber presente naquelas manifestações representadas pelo fotojornalismo. Isso fica claro quando se observa o texto no fotojornalismo. Não houve contribuição para discutir aquelas marcas culturais reportadas. O povo não fala sobre si, sobre os seus ritos e atos dentro do contexto daquelas celebrações, sobre suas intenções de celebrar a época do mês de junho e render homenagens àquelas personalidades espirituais. Em resumo: há uma exploração de tais manifestações, em que os jornais tomam como ponto de partida o caráter exótico ao ressaltar uma imagem de que a cultura em homenagem a estes santos acontece apenas neste mês, quando, em verdade, são recorrentes o ano inteiro no aspecto do calendário religioso da Igreja Católica e dos devotos em suas crenças e ritos pessoais. Não se fala sobre a origem de tais manifestações e seus usos pelo povo, isto é, trazendo

este conhecimento como um saber válido, de origem popular com métodos e formas de enxergar e interagir com o mundo.

Eis o resultado de um processo histórico permeado por uma visão dominante, como afirma Santos (2009), e, na qual:

Não se procurou pesquisar a maneira pela qual o povo reage às sugestões que lhe são feitas. Nem situar os meios de que se pode dispor para fazer com que a população menos culta aceite princípios e normas de mudança social, adote novas maneiras de trabalhar, de agir, de divertir-se, um outro modo de crer e decidir. A nossa elite, inclusive a elite intelectual, tem o “fol-way” das classes trabalhadoras das cidades e do campo apenas como objeto de curiosidade, de análise mais ou menos romântica e literária. A literatura, a arte, as crenças, os ritos, a medicina, os costumes dessas camadas sociais, os seus meios de informação e de expressão continuam ignorados em toda a sua força e verdade, o que impossibilita a comunicação e a comunhão entre governo e povo, elite e massa (BELTRÃO, 2004, p. 34).

Não se captou o *feedback* de quem recebe a comunicação de massa, o seu pensamento. O que resultou como forma alternativa de comunicar foram as manifestações na cultura popular. Com uma linguagem sua, há essa tentativa de encontrar um espaço midiático para se expor seu pensamento, dar voz ao seu saber. Em outras palavras, “a cultura popular é a matriz genérica da mídia radical alternativa. Ela também se entrelaça com a cultura de massa comercializada e com as culturas de oposição” (DOWNING, 2002, p. 41). Em convergência com essa afirmação, Beltrão (2004, p. 46) explica como se expressam tais formas de comunicar ao exemplificar que:

Veículos de informação e opinião da massa popular permaneceram folguedos e autos trazidos no bojo das caravelas e dos navios negreiros, como “a queima do Judas”, a “serra dos velhos”, as canções, danças e fantasias do Entrudo, o teatro de bancos mais pobres e mais simples do mundo – o mamulengo – e a representação nos amplos palcos das ruas e dos torreiros do *bumba-meu-boi*, o mais nacional dos autos populares do país. Muito do jornalístico se poderia registrar nos produtos da habilidade artesanal de pintores, escultores, ceramistas, rendeiras, (...)

Por sua vez, observa-se que a cultura popular não utiliza a linguagem presente nos veículos de comunicação “ortodoxos” (cinema, jornal impresso,

televisão, rádio), sua forma de dizer é de acordo com Beltrão (2004, p. 69) diversa, plural:

Nas manifestações folclóricas, ao nosso ver, combinam-se elementos vivenciais não-artísticos, antes de tudo utilitários com elementos estéticos, às vezes gritantes, sob formas tão complexas que o seu significado profundo escapa à observação de pesquisadores e analistas. Diante dessa realidade do folclore e da própria cultura é que temos de buscar aproximação entre a distinção clássica das categorias comunicacionais em lógica discursiva, quando se baseia na palavra ou repertório dos signos de extração conceitual e, portanto, de compreensão racional, e alógica ou apresentativa, quando se promove por meio de um repertório de sons, gestos, cores, imagens, movimentos do corpo e outros signos extraconceituais. A linguagem (linguagens) do folclore se nos apresenta como enigmática, a desafiar, num estudo de conjunto, a nossa capacidade de descobrir o segmento semântico codificável, no emaranhado de sons, ritos, movimentos e imagens que o encobrem, constituindo o segmento estético, não codificável racionalmente.

Ao afirmar que as manifestações populares possuem uma linguagem somente sua e também canalizam as formas hegemônicas em sua construção, Beltrão (2004) dialoga com Santos (2006; 2009), observando o paradigma emergente na sociedade: um conhecimento prudente para uma vida decente. Em outras palavras, não desqualifica ou ignora outras formas de produção de saber, mas dialoga e se reinventa a partir deles. O que não houve com o caso em análise. Se Santos (2006; 2009) afirma que o pensamento hegemônico é silenciador e epistemicida, aqueles jornais influenciados por tal epistemologia não dialogam com a cultura popular, o que comprova a presença de uma epistemologia do Norte.

Contudo, o que se pode fazer para que haja mais pluralidade nesse jornalismo? Beltrão (2004, p. 61) propõe *catimbó*⁷:

⁷ A palavra “catimbó” é presente no dicionário de Cascudo (2000, p. 122) e significa “1. Feitiço, coisa-feita, bruxedo, muamba, canjerê e também conjunto de regras e cerimônias a que se obedece durante a feitura de um encanto. 2. Reunião de pessoas, presidida pelo *mestre*, precesendo à prática do catimbó (feitiço), baixo-espiritismo, conselhos de bem viver, uso de amuletos, orações, remédios, dietas e feitiços para afastar forças inimigas (...). não é sinônimo de candoblé, macumba, xangô, grupo de umbanda, casa de mina, tambor de crioulo etc. É uma presença da velha feitiçaria, deturpada, diluída, misturada, mas reconhecível e perfeitamente identificável. (...) Catimbó também quer dizer cachimbo, usado pelo mestre”.

Catimbó, aqui, significa o universo dos ideais e anseios populares por uma vida melhor, que proporcione a todos oportunidade de libertação do pauperismo físico e espiritual. Libertação da fome, da doença, da sub-informação, libertação do medo, da injustiça, da exploração desumana do seu trabalho, da negação de sua pessoa.

Ou seja, que haja espaço para o anseio do povo. Nas palavras de Santos (2006), há necessidade de uma “ecologia de saberes”, rompendo com uma “sociologia das ausências”, quebrando um silêncio de uma cultura. Sendo assim, a cultura popular não seria representada pelo fotojornalismo como uma marca turística ou mística, mas como a Folkcomunicação a enxerga: como uma forma de comunicar.

Aqui, encontra-se um ponto de intersecção entre Luiz Beltrão e Boaventura de Sousa Santos. Ao se aproximar da cultura popular e investigar suas formas alternativas de comunicação, o primeiro lançou seu olhar para o que antes fora silenciado pelo que é considerado erudito e por aqueles que se dizem como “Ciência e Verdade”. Assim como afirmara Cascudo (1965) sobre os estudos de Luiz Beltrão, não se pode esperar que “forasteiros” venham estudar o que é nosso, quando nós podemos fazê-lo. Beltrão estava, então, na margem do mundo científico (nordeste do Brasil da década de 60, continente latinoamericano) e estudava o que ele observou como “marginalizados”. Eis que nasce a Folkcomunicação. Anos mais tarde, Santos (2004, p. 88-89) vai identificar que há um paradigma emergente ao redor do globo e que, se no passado,

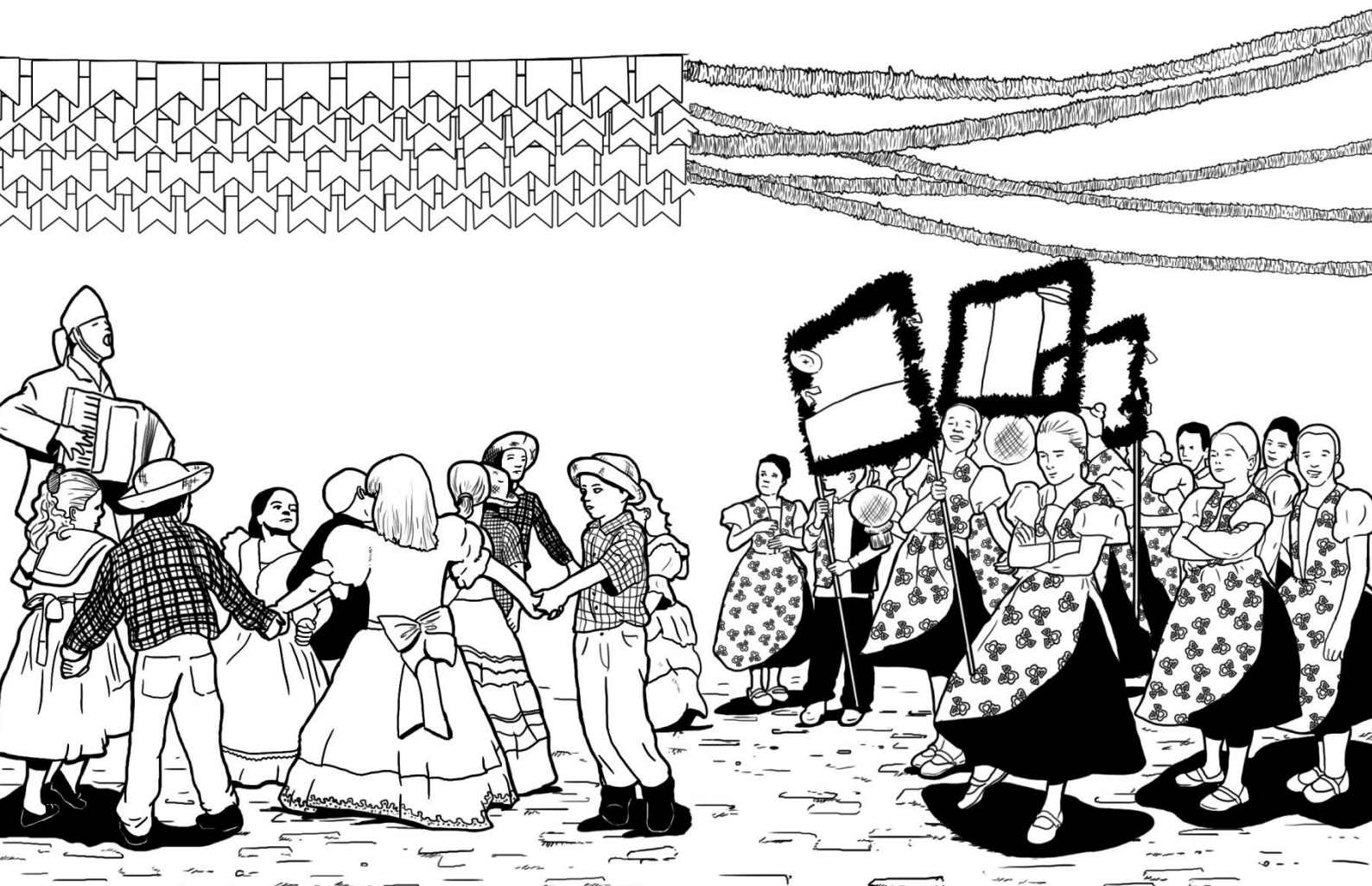
a ciência moderna construiu-se contra o senso comum que considerou superficial, ilusório e falso. A ciência pós-moderna procura reabilitar o senso comum por reconhecer nesta forma de conhecimento algumas virtualidades para enriquecer a nossa relação com o mundo.

Dessa forma, os periódicos analisados poderiam incluir fotografias de natureza “emique” em sua produção, cujo olhar é mais de dentro da cultura popular “por estar impregnada de representação que a comunidade ou seus membros fazem sobre si próprios e por consequência, expressa de alguma maneira a identidade social do grupo em questão” (GURAN, 2002, p. 96). Os jornais analisados poderiam trazer uma abordagem mais próxima à

interpretação dos participantes das festividades de junho sobre si e seus modos de vida no contexto sociocultural.

Portanto, para buscar com que a cultura popular entre em diálogo real com a cultura de massa (no caso investigado, o jornalismo), Beltrão (2004, p. 111) afirma que “(...) é necessário que haja uma abertura socializante, não socialista exatamente, mas socializante, a fim de que essas classes possam participar e ter benefícios do desenvolvimento”. Caso contrário, o senso comum vai ser sempre posto no silêncio, salientando ainda mais um abismo entre as duas epistemologias, pois “deixado a si mesmo, o senso comum é conservador e pode legitimar prepotências, mas interpenetrado pelo conhecimento científico pode estar na origem de uma nova racionalidade. Uma racionalidade feita de racionalidades” (SANTOS, 2004, p. 90). Acredita-se nisso, caso haja um diálogo real entre o jornalismo massivo (dos veículos analisados) e o jornalismo folk (dos meios alternativos da cultura popular como são as manifestações nas festas populares).

5 A FESTA CONTINUA



Buscou-se, por esta investigação, um estudo do fenômeno das marcas culturais populares dentro dos estudos da mídia, tendo como objetivo analisar o modo com o qual a fotografia jornalística, nos periódicos *Tribuna do Norte* e *Correio da Manhã*, reportava sobre as manifestações em homenagem aos santos católicos de junho nas cidades de Natal (capital do estado Rio Grande do Norte, nordeste do Brasil) e Lisboa (capital de Portugal). Para tanto, utilizaram-se a teoria e metodologia da Folkcomunicação e da Fotocartografia Sociocultural.

Em ambos os jornais houve conteúdo quantitativo suficiente para a realização pesquisa, embora o jornal brasileiro trouxesse mais fotografias com temas mais variados ao contrário do periódico português.

Apesar das fotos dos jornais reportarem sobre as marcas investigadas, nessa abordagem ficou claro um apelo estético e não epistemológico, ressaltando assim, em seus usos da linguagem fotográfica, qualidades de cartão postal em detrimento da busca por um olhar dentro do contexto sociocultural daquelas comunidades, desvalorizando as manifestações retratadas como modos de vida e formas de conhecimento.

Constatou-se uma hibridização entre o massivo e o folk. Ao mesmo tempo em que os jornais “exploraram” a reprodução da cultura popular, houve a difusão parcial das manifestações populares. Entretanto, a hegemonia de um pensamento epistemológico ainda é evidente no âmbito do fazer fotojornalístico nos dois periódicos pesquisados. O revelar de um modo de vida e de um conhecimento como é a cultura contrahegemônica do povo ainda não está presente em tais fotografias. E se nota a ausência de saberes, sendo enfatizado um padrão no estilo de reportar no jornalismo impresso sobre a cultura popular. É preciso fazer fotografias possibilitando uma emergência desse conhecimento ainda silenciado.

Nesta pesquisa, parte do significado presente nas fotografias jornalísticas foi atingido com o auxílio do extracampo, o que não estava dentro do quadro fotográfico. Com o conhecimento do significado, no contexto sociocultural, e a interpretação da comunicação da marca cultural, o retrato de imprensa ficou mais claro de acordo com a proposta deste estudo.

Tomando-se o diálogo entre academia e mercado, é preciso que esta pesquisa não cesse por aqui, promovendo um debate com os gestores dos

veículos de comunicação investigados, buscando compreender as possibilidades oferecidas pela fotografia de imprensa.

Os dois periódicos poderiam destacar-se diante do mercado da comunicação social, com reportagens e fotografias jornalísticas sob os pontos discutidos neste estudo, trazendo, em seus textos de forma significativa, a voz das pessoas que participam de maneira direta ou indireta das manifestações culturais do mês de junho. Com isso, revelando em suas fotografias de imprensa o olhar dado pelo participante da festividade e não apenas o de turista ou de estrangeiro em um território.

Estas conclusões não encerram o estudo sobre celebrações populares, pois estas ainda oferecem outros pontos de discussão na pesquisa em Comunicação Social. Suas formas de comunicação não se esgotam com o apresentado por este estudo a partir do fotojornalismo, pelo contrário, ele vem para integrar as pesquisas na área, auxiliando o desenvolvimento de novas abordagens e estimulando a investigação científica nos Estudos da Mídia e na Folkcomunicação.

6 REFERÊNCIAS

ABEL, Marília. **As Marchas Populares**: Pesquisa sobre as Origens. Lisboa: Sete Caminhos, 2006.

ADORNO, Theodor & HORKHEIMER, Max. A Indústria Cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. IN:____. **Dialética do Esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985, p. 99-138.

AUMONT, Jacques. **A imagem**. (trad.) Estela Santos Abreu e Cláudio C. Santoro. Campinas: Papirus, 1993.

BAUDRILLARD, Jean. As Estruturas de Ambiência. IN: _____. **O sistema dos objetos**. (trad.) Zulmira Ribeiro Tavares. São Paulo: Perspectiva, 2006, p. 37-68.

BARROS, Antonio Teixeira de; JUNQUEIRA, Rogério Diniz. A elaboração do projeto de pesquisa. In: DUARTE, Jorge; BAAROS, Antonio. (org.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. – São Paulo: Atlas, 2010, p. 32-50.

BARTHES, Roland. **A câmera clara**: notas sobre a fotografia. Rio de Janeiro: Nova fronteira, 1984.

BELTRÃO, Luiz. **Comunicação e Folclore**. São Paulo: Melhoramentos, 1971.

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

_____, Luiz. **Folkcomunicação**: Teoria e Metodologia. São Bernado do Campo: UESP, 2004.

BENJAMIN, Roberto Emerson Câmara. **Folkcomunicação na sociedade contemporânea**. Porto Alegre: Comissão Gaúcha de Folclore, 2004.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. IN: _____. **Magia e técnica, arte e política**. São Paulo: Brasiliense, 1994, p. 165-196.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 1998.

BRASIL. IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo 2010**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 22 maio 2012.

CARVALHO, Débora. Noivos juram amor eterno. **Correio da Manhã**, Lisboa, 13 jun. 2012. Caderno Especial, p. 26-27.

CARVALHO, Samanta Viana Castelo Branco Rocha. Metodologia folkcomunicação: teoria e prática. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010, p. 110-124.

CASCUDO, Câmara Luís. Carta a Luiz Beltrão sobre o ex-voto. In: **Comunicações & Problemas**. v. 1, n. 2, Recife: ICINFORM, jul. 1965. p. 133-135.

_____, Luís da Câmara. **Superstição no Brasil**. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia; São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 1985.

_____, Luis da Câmara. **Dicionário do folclore brasileiro**. 9 ed. São Paulo: Global, 2000.

CHIANCA, Luciana de Oliveira. **A festa do interior**: São João, migração e nostalgia em Natal no século XX. Natal: EDUFRN – Editora da UFRN, 2006.

DEBRAY, Régis. Capítulo primeiro: o duplo corpo do médium. In: _____. **Transmitir**: o segredo e a força das ideias. Petrópolis-RJ, Vozes, 2000, p. 13-62.

DOS SANTOS, José Luiz. **O que é cultura**. 16 ed. São Paulo: Brasiliense, 2006.

DOWNING, John D. H. **Mídia radical**: Rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: Ed. Senac, 2002.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios**. (trad.) Marina Appenzeller. Campinas: Papirus, 1993.

DURKHEIM, Émile. **As formas elementares da vida religiosa**. São Paulo: Editora: Paulus, 2008.

FESTIVAIS E SHOWS em Natal, Mossoró e Assu. **Tribuna do Norte**, Natal, 22 jun. 2012. Caderno Fim de Semana, p. 08.

FLUSSER, Vilém. Abstrair (cap. 1); Imaginar (cap. 4). In: _____. **O universo das imagens técnicas**: elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume, 2008, p. 13-20; 37-44.

GURAN, Milton. **Linguagem fotográfica e informação**. 3. ed. Rio de Janeiro: Gama Filho Fundo, 2002.

HALL, Stuart. Codificação/ decodificação. In: _____. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. (org.) Liv Sovik; (tradução) Adelaine La Guardia Resende *et al.* Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003. p. 387-404.

HEIDEGGER, Martin. A questão da técnica. (trad.) Marco Aurélio Werle. **Revista Scientiae Studia**, São Paulo, v. 5, n. 3, 2007, pp. 375-398.

KOSSOY, Boris. **Fotografia & historia**. São Paulo: Ateliê, 1989.

LAMPEJOS DE São João: *Fim de Semana* visita tradicional da rua São João, em Lagoa Seca. **Tribuna do Norte**, Natal, 22 jun. 2012. Caderno Fim de Semana, p. 01.

LATOUR, Bruno. Como prosseguir a tarefa de delinear associações?. **Revista Configurações**, nº 2, 2006, pp. 11-27.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em comunicação**. 7. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

LUCENA FILHO, Severino Alves de. **Festa junina em Portugal**: marcas culturais no contexto de folkmarketing. João Pessoa: Editora da UFPB, 2012.

MARQUES DE MELO, José. **Comunicação Social**: teoria e pesquisa. 4ed. Editora Vozes: Petrópolis, 1975.

_____, José. **Mídia e cultura popular**: história, taxonomia e metodologia da Folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. América latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton de. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: USP Brasiliense, 1995, p. 39-68.

MCLUHAN, Marshall. O Meio é a mensagem. In: _____. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2000, p. 21-37.

_____, Marshall. Os homens e os meios de comunicação. In: _____. **McLuhan por McLuhan**: entrevistas e conferências inéditas do profeta da globalização. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005, p. 328-351.

MÉLO, Veríssimo de. **Superstições de São João**. Natal: Pequenas edições "Bando", 1949.

MILHARES em procissão. **Correio da Manhã**, Lisboa, 14 jun. 2012. Caderno Sociedade, p. 25.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa Social**: teoria, métodos e criatividade. 21. ed. Petrópolis: Vozes, 1993.

MOUILLAUD, Maurice. Da forma ao sentido. In: PORTO, Sérgio D.; MOUILLAUD, Maurice (orgs.). **O jornal**: da forma ao sentido. Brasília: UNB, 2002, p. 29-35.

NOBRE, Itamar de Moraes. **Revelando os modos de vida da Ponta do Tubarão**: a fotocartografia sociocultural como proposta metodológica. Natal: EDUFRN, 2011.

NOGUEIRA, Joana. Sardinha no pão por 1,5 euros. **Correio da Manhã**, Lisboa, 13 jun. 2012. Caderno Especial, p. 27.

PARK, Robert. As notícias como uma forma de conhecimento: um capítulo na sociologia do conhecimento. IN: ESTEVES, João Pissarra (org.) **Comunicação e Sociedade**: os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa. Lisboa: Livros Horizonte, 2002, p. 35-48.

PEIRCE, Charles Sanders. **Collected Papers of Charles Sanders Peirce**, Vols. I-VIII. (org.) Charles Hartshorne; Paul Weiss; Arthur Burks. Cambridge: Harvard University Press, 1931-58.

PROSS, Harry. **La clasificación de los medios**. In: PROSS, Harry; BETH, Hanno. Introducción a la ciencia de la comunicación. Barcelona: Anthropos, 1990, p. 158-178.

PROCISSÃO ENCERRA festa do padroeiro do Alecrim. **Tribuna do Norte**, Natal, 30 jun. 2012. Caderno Natal, p. 08.

SANTO. **Tribuna do Norte**, Natal, 10 jun. 2012. Capa.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **A gramática do tempo**: para uma nova cultura política. São Paulo: Cortez Editora, 2006.

_____,. **A crítica da razão indolente**: contra o desperdício da experiência. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2000.

_____,. **Um discurso sobre as Ciências**. 2 ed. São Paulo: Cortez, 2004.

_____,. **Una Epistemología del Sur**. La reinención del conocimiento y la emancipación social. México: Siglo XXI Editores, CLACSO, 2009.

SÃO JOÃO em Natal: milho, fogueiras, fogos e... chuva! **Tribuna do Norte**, Natal, 23 jun. 2012. Caderno Natal, p. 03.

SILVA, Yuno. Forró sem distinção. **Tribuna do Norte**, Natal, 21 jun. 2012. Caderno Viver, p. 01.

SILVA, Alda Beatriz Rua da; COSTA, Victorino. **Os Santos Populares do Solstício de Verão na Cultura Popular Portuguesa**. Fafe: Escola Superior de Educação, Lisboa, 1997.

SOARES, Nuno Pires; DOMINGUES, Alexandre Carlos Grilo. Consolidação e maturidade demográfica de uma área metropolitana. In: **Atlas da Área Metropolitana de Lisboa**. Lisboa: Área Metropolitana de Lisboa, 2003, p. 118-145.

SODRÉ, Muniz. O Emotivo e o Indicial na Mídia. In: _____. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. Petrópolis: Vozes, 2006. p. 73-124.

SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo**: introdução à história, às técnicas e a linguagem da fotografia na imprensa. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

STUADART, Guilherme. Usos e superstições cearenses. IN: CASCUDO, Luis da Câmara. **Antologia do Folclore Brasileiro Brasileiro**. São Paulo: Editora Livraria Martins, 1943.

TEMPORADA DA cozinha de milho. **Tribuna do Norte**, Natal, 15 jun. 2012. Caderno Fim de Semana, p. 03.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. Festas Populares. IN: GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz. (org.) **Noções básicas de folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007, p. 107-112.

VASCONCELOS, Sara. Sagrado e profano se misturam nas festividades juninas. **Tribuna do Norte**, Natal, 10 jun. 2012. Caderno Natal, p. 03.

VERÓN, Eliseo. As Mídias na Recepção: os desafios da complexidade. In: _____. **Fragmentos de um tecido**. Denise Dresch (trad). São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004, p. 273-284.

VIVANE, Gladis. Arraial com as bênçãos de São João. **Tribuna do Norte**, Natal, 22 jun. 2012. Caderno Fim de Semana, p. 06-07.

ANEXOS

» CRIME ORGANIZADO AMEAÇA MPE, JUÍZES E POLICIAIS NO ASSU • NATAL 4

FUNDADOR: ALUIZIO ALVES - 1921 - 2006

TRIBUNA DO NORTE

Ano 62 • Número 076 • Sábado, 23 de junho de 2012

POLÍCIA

Trapalhadas de bandidos frustra ação no Seridó

Uma sequência de trapalhadas dos bandidos foi decisiva para o fracasso da ação criminosa e a libertação de dois empresários sequestrados no Seridó. O bando danificou dois carros e acabou perseguido pela PM. (NATAL 1)

POLÍTICA

Convenção homologa chapa Carlos/Wilma

A ex-governadora Wilma de Faria confirmou a candidatura a vice na chapa com Carlos Eduardo. Ela se disse motivada para ajudar a "reconstruir a cidade". A convenção para homologar a chapa é hoje, no Palácio dos Esportes. (PÁGINA 1E4)

IMPEACHMENT

Lugo é afastado da presidência do Paraguai

O Senado paraguaio cassou ontem o mandato do presidente Fernando Lugo, após negar um pedido de prazo maior para a defesa. Foram 39 votos a favor e apenas quatro contra o impeachment. (PÁGINA 8)

ORGANIZAÇÕES SOCIAIS

Terceirização da gestão ficará restrita à Saúde

Os projetos para a contratação de organizações sociais na gestão pública do Governo do Estado estão restritos, até o momento, à área da saúde. A garantia é da Consultoria Geral do Estado. (NATAL 2)

IELMO MARINHO

Prefeito vai sentar no banco dos réus dia 27

O TJRN marcou para o próximo dia 27 o júri popular do prefeito de Ielmo Marinho, Germano Patriota. Ele vai responder pela morte da assistente social Regina Corêli, vítima de acidente em 2004. (NATAL 6)

esportes

AMÉRICA ACERTA A CONTRATAÇÃO DO ATACANTE MAX

Presente nos acessos do em 2006 e 2011, Max fica no clube até maio de 2013. (ESPORTES 1)

viver

DOCNATAL, UMA PROPOSTA PARA O CINE AMBIENTAL

Estudantes da UnP fazem cinema colaborativo com foco no meio ambiente. (VIVER 1)

[SAÚDE] A médica-cirurgiã Fátima Pinheiro é a nova diretora do Hospital Walfredo Gurgel. O Governo anunciou, também, a promessa de recursos e um estudo para reestruturar os hospitais

Rede de hospitais públicos vai receber R\$ 10 milhões

O Governo do Estado anunciou, ontem, a nomeação da médica Maria de Fátima Pereira Pinheiro para a direção-geral do Hospital Monsenhor Walfredo Gurgel e da médica Heliá Maria Bezerra para a direção médica e técnica (interina). Os cargos estavam vagos há 40 dias. Junto com a nova diretoria, o secretário de Saúde, Isai Gerino, disse que está em andamento um plano de recuperação dos sete hospitais públicos regionais, com a aplicação de R\$ 10 milhões nos próximos 180 dias. Para o Hospital Walfredo Gurgel serão destinados R\$ 3 milhões. Todos os investimentos serão feitos com recursos próprios do Estado. As medidas do Governo para os hospitais foram anunciadas 24h após o Cremerm mostrar imagens do caos no atendimento do HNG e entrar na Justiça Federal contra o Governo. O secretário disse que as imagens "eram antigas" e a maior parte dos problemas "já sanados". (NATAL 1)

[COMBUSTÍVEIS] Gasolina e diesel vão estar mais caras para os postos. Governo quer evitar aumento na bomba

Petrobras reajusta preços de derivados na segunda-feira

A Petrobras vai reajustar, a partir da segunda-feira (25), os preços da gasolina e do diesel para os distribuidores. A gasolina 'A' terá reajuste de 7,83%; o óleo diesel de 3,94%. O Sindipostos disse que não é possível dizer, ainda, os reflexos sobre os preços para o consumidor. (ECONOMIA 1)

RIO + 20

Conferência chega ao fim sem avanços

A Conferência Rio+20, sobre o desenvolvimento sustentável, chega ao fim sem compromissos dos países mais ricos e sem o fundo de ajuda aos mais pobres. (PÁGINA 7)

[JORNAL DE WM] O poeta e todo mundo está torcendo por Portugal na Eurocopa. (PÁGINA 2)

[NEGÓCIOS E FINANÇAS] Países mais ricos não deram a mínima para temas da Rio+20. (ECONOMIA 2)

[CLÁUDIO HUMBERTO] Unasul faz papel de "boba" na crise institucional da saída de Lugo. (PÁGINA 4)

[APITO FINAL] Ceará detém a liderança de público em um único jogo da Série B. (ESPORTES 3)

BRASILEIRO SÉRIE B

» EM CAMPINAS O técnico Márcio Goiano manteve Anderson Costa no lugar de Bombinha, que desfalece o alvinegro no confronto contra o Guarani. Meta é deixar o ABC na zona de conforto. (ESPORTES 2)

TOTAL DE PÁGINAS DESTA EDIÇÃO: 38

INDICAÇÃO PARA: pautas@tribunadonorte.com.br

DIVULGAÇÃO: FINE CONSIDER: PSE: 4118-4111, 4118-4112, 4118-4113

ASSINATURAS: 4118-4111, 4118-4112, 4118-4113, 4118-4114, 4118-4115, 4118-4116, 4118-4117, 4118-4118, 4118-4119, 4118-4120, 4118-4121, 4118-4122, 4118-4123, 4118-4124, 4118-4125, 4118-4126, 4118-4127, 4118-4128, 4118-4129, 4118-4130, 4118-4131, 4118-4132, 4118-4133, 4118-4134, 4118-4135, 4118-4136, 4118-4137, 4118-4138, 4118-4139, 4118-4140, 4118-4141, 4118-4142, 4118-4143, 4118-4144, 4118-4145, 4118-4146, 4118-4147, 4118-4148, 4118-4149, 4118-4150, 4118-4151, 4118-4152, 4118-4153, 4118-4154, 4118-4155, 4118-4156, 4118-4157, 4118-4158, 4118-4159, 4118-4160, 4118-4161, 4118-4162, 4118-4163, 4118-4164, 4118-4165, 4118-4166, 4118-4167, 4118-4168, 4118-4169, 4118-4170, 4118-4171, 4118-4172, 4118-4173, 4118-4174, 4118-4175, 4118-4176, 4118-4177, 4118-4178, 4118-4179, 4118-4180, 4118-4181, 4118-4182, 4118-4183, 4118-4184, 4118-4185, 4118-4186, 4118-4187, 4118-4188, 4118-4189, 4118-4190, 4118-4191, 4118-4192, 4118-4193, 4118-4194, 4118-4195, 4118-4196, 4118-4197, 4118-4198, 4118-4199, 4118-4200, 4118-4201, 4118-4202, 4118-4203, 4118-4204, 4118-4205, 4118-4206, 4118-4207, 4118-4208, 4118-4209, 4118-4210, 4118-4211, 4118-4212, 4118-4213, 4118-4214, 4118-4215, 4118-4216, 4118-4217, 4118-4218, 4118-4219, 4118-4220, 4118-4221, 4118-4222, 4118-4223, 4118-4224, 4118-4225, 4118-4226, 4118-4227, 4118-4228, 4118-4229, 4118-4230, 4118-4231, 4118-4232, 4118-4233, 4118-4234, 4118-4235, 4118-4236, 4118-4237, 4118-4238, 4118-4239, 4118-4240, 4118-4241, 4118-4242, 4118-4243, 4118-4244, 4118-4245, 4118-4246, 4118-4247, 4118-4248, 4118-4249, 4118-4250, 4118-4251, 4118-4252, 4118-4253, 4118-4254, 4118-4255, 4118-4256, 4118-4257, 4118-4258, 4118-4259, 4118-4260, 4118-4261, 4118-4262, 4118-4263, 4118-4264, 4118-4265, 4118-4266, 4118-4267, 4118-4268, 4118-4269, 4118-4270, 4118-4271, 4118-4272, 4118-4273, 4118-4274, 4118-4275, 4118-4276, 4118-4277, 4118-4278, 4118-4279, 4118-4280, 4118-4281, 4118-4282, 4118-4283, 4118-4284, 4118-4285, 4118-4286, 4118-4287, 4118-4288, 4118-4289, 4118-4290, 4118-4291, 4118-4292, 4118-4293, 4118-4294, 4118-4295, 4118-4296, 4118-4297, 4118-4298, 4118-4299, 4118-4300, 4118-4301, 4118-4302, 4118-4303, 4118-4304, 4118-4305, 4118-4306, 4118-4307, 4118-4308, 4118-4309, 4118-4310, 4118-4311, 4118-4312, 4118-4313, 4118-4314, 4118-4315, 4118-4316, 4118-4317, 4118-4318, 4118-4319, 4118-4320, 4118-4321, 4118-4322, 4118-4323, 4118-4324, 4118-4325, 4118-4326, 4118-4327, 4118-4328, 4118-4329, 4118-4330, 4118-4331, 4118-4332, 4118-4333, 4118-4334, 4118-4335, 4118-4336, 4118-4337, 4118-4338, 4118-4339, 4118-4340, 4118-4341, 4118-4342, 4118-4343, 4118-4344, 4118-4345, 4118-4346, 4118-4347, 4118-4348, 4118-4349, 4118-4350, 4118-4351, 4118-4352, 4118-4353, 4118-4354, 4118-4355, 4118-4356, 4118-4357, 4118-4358, 4118-4359, 4118-4360, 4118-4361, 4118-4362, 4118-4363, 4118-4364, 4118-4365, 4118-4366, 4118-4367, 4118-4368, 4118-4369, 4118-4370, 4118-4371, 4118-4372, 4118-4373, 4118-4374, 4118-4375, 4118-4376, 4118-4377, 4118-4378, 4118-4379, 4118-4380, 4118-4381, 4118-4382, 4118-4383, 4118-4384, 4118-4385, 4118-4386, 4118-4387, 4118-4388, 4118-4389, 4118-4390, 4118-4391, 4118-4392, 4118-4393, 4118-4394, 4118-4395, 4118-4396, 4118-4397, 4118-4398, 4118-4399, 4118-4400, 4118-4401, 4118-4402, 4118-4403, 4118-4404, 4118-4405, 4118-4406, 4118-4407, 4118-4408, 4118-4409, 4118-4410, 4118-4411, 4118-4412, 4118-4413, 4118-4414, 4118-4415, 4118-4416, 4118-4417, 4118-4418, 4118-4419, 4118-4420, 4118-4421, 4118-4422, 4118-4423, 4118-4424, 4118-4425, 4118-4426, 4118-4427, 4118-4428, 4118-4429, 4118-4430, 4118-4431, 4118-4432, 4118-4433, 4118-4434, 4118-4435, 4118-4436, 4118-4437, 4118-4438, 4118-4439, 4118-4440, 4118-4441, 4118-4442, 4118-4443, 4118-4444, 4118-4445, 4118-4446, 4118-4447, 4118-4448, 4118-4449, 4118-4450, 4118-4451, 4118-4452, 4118-4453, 4118-4454, 4118-4455, 4118-4456, 4118-4457, 4118-4458, 4118-4459, 4118-4460, 4118-4461, 4118-4462, 4118-4463, 4118-4464, 4118-4465, 4118-4466, 4118-4467, 4118-4468, 4118-4469, 4118-4470, 4118-4471, 4118-4472, 4118-4473, 4118-4474, 4118-4475, 4118-4476, 4118-4477, 4118-4478, 4118-4479, 4118-4480, 4118-4481, 4118-4482, 4118-4483, 4118-4484, 4118-4485, 4118-4486, 4118-4487, 4118-4488, 4118-4489, 4118-4490, 4118-4491, 4118-4492, 4118-4493, 4118-4494, 4118-4495, 4118-4496, 4118-4497, 4118-4498, 4118-4499, 4118-4500, 4118-4501, 4118-4502, 4118-4503, 4118-4504, 4118-4505, 4118-4506, 4118-4507, 4118-4508, 4118-4509, 4118-4510, 4118-4511, 4118-4512, 4118-4513, 4118-4514, 4118-4515, 4118-4516, 4118-4517, 4118-4518, 4118-4519, 4118-4520, 4118-4521, 4118-4522, 4118-4523, 4118-4524, 4118-4525, 4118-4526, 4118-4527, 4118-4528, 4118-4529, 4118-4530, 4118-4531, 4118-4532, 4118-4533, 4118-4534, 4118-4535, 4118-4536, 4118-4537, 4118-4538, 4118-4539, 4118-4540, 4118-4541, 4118-4542, 4118-4543, 4118-4544, 4118-4545, 4118-4546, 4118-4547, 4118-4548, 4118-4549, 4118-4550, 4118-4551, 4118-4552, 4118-4553, 4118-4554, 4118-4555, 4118-4556, 4118-4557, 4118-4558, 4118-4559, 4118-4560, 4118-4561, 4118-4562, 4118-4563, 4118-4564, 4118-4565, 4118-4566, 4118-4567, 4118-4568, 4118-4569, 4118-4570, 4118-4571, 4118-4572, 4118-4573, 4118-4574, 4118-4575, 4118-4576, 4118-4577, 4118-4578, 4118-4579, 4118-4580, 4118-4581, 4118-4582, 4118-4583, 4118-4584, 4118-4585, 4118-4586, 4118-4587, 4118-4588, 4118-4589, 4118-4590, 4118-4591, 4118-4592, 4118-4593, 4118-4594, 4118-4595, 4118-4596, 4118-4597, 4118-4598, 4118-4599, 4118-4600, 4118-4601, 4118-4602, 4118-4603, 4118-4604, 4118-4605, 4118-4606, 4118-4607, 4118-4608, 4118-4609, 4118-4610, 4118-4611, 4118-4612, 4118-4613, 4118-4614, 4118-4615, 4118-4616, 4118-4617, 4118-4618, 4118-4619, 4118-4620, 4118-4621, 4118-4622, 4118-4623, 4118-4624, 4118-4625, 4118-4626, 4118-4627, 4118-4628, 4118-4629, 4118-4630, 4118-4631, 4118-4632, 4118-4633, 4118-4634, 4118-4635, 4118-4636, 4118-4637, 4118-4638, 4118-4639, 4118-4640, 4118-4641, 4118-4642, 4118-4643, 4118-4644, 4118-4645, 4118-4646, 4118-4647, 4118-4648, 4118-4649, 4118-4650, 4118-4651, 4118-4652, 4118-4653, 4118-4654, 4118-4655, 4118-4656, 4118-4657, 4118-4658, 4118-4659, 4118-4660, 4118-4661, 4118-4662, 4118-4663, 4118-4664, 4118-4665, 4118-4666, 4118-4667, 4118-4668, 4118-4669, 4118-4670, 4118-4671, 4118-4672, 4118-4673, 4118-4674, 4118-4675, 4118-4676, 4118-4677, 4118-4678, 4118-4679, 4118-4680, 4118-4681, 4118-4682, 4118-4683, 4118-4684, 4118-4685, 4118-4686, 4118-4687, 4118-4688, 4118-4689, 4118-4690, 4118-4691, 4118-4692, 4118-4693, 4118-4694, 4118-4695, 4118-4696, 4118-4697, 4118-4698, 4118-4699, 4118-4700, 4118-4701, 4118-4702, 4118-4703, 4118-4704, 4118-4705, 4118-4706, 4118-4707, 4118-4708, 4118-4709, 4118-4710, 4118-4711, 4118-4712, 4118-4713, 4118-4714, 4118-4715, 4118-4716, 4118-4717, 4118-4718, 4118-4719, 4118-4720, 4118-4721, 4118-4722, 4118-4723, 4118-4724, 4118-4725, 4118-4726, 4118-4727, 4118-4728, 4118-4729, 4118-4730, 4118-4731, 4118-4732, 4118-4733, 4118-4734, 4118-4735, 4118-4736, 4118-4737, 4118-4738, 4118-4739, 4118-4740, 4118-4741, 4118-4742, 4118-4743, 4118-4744, 4118-4745, 4118-4746, 4118-4747, 4118-4748, 4118-4749, 4118-4750, 4118-4751, 4118-4752, 4118-4753, 4118-4754, 4118-4755, 4118-4756, 4118-4757, 4118-4758, 4118-4759, 4118-4760, 4118-4761, 4118-4762, 4118-4763, 4118-4764, 4118-4765, 4118-4766, 4118-4767, 4118-4768, 4118-4769, 4118-4770, 4118-4771, 4118-4772, 4118-4773, 4118-4774, 4118-4775, 4118-4776, 4118-4777, 4118-4778, 4118-4779, 4118-4780, 4118-4781, 4118-4782, 4118-4783, 4118-4784, 4118-4785, 4118-4786, 4118-4787, 4118-4788, 4118-4789, 4118-4790, 4118-4791, 4118-4792, 4118-4793, 4118-4794, 4118-4795, 4118-4796, 4118-4797, 4118-4798, 4118-4799, 4118-4800, 4118-4801, 4118-4802, 4118-4803, 4118-4804, 4118-4805, 4118-4806, 4118-4807, 4118-4808, 4118-4809, 4118-4810, 4118-4811, 4118-4812, 4118-4813, 4118-4814, 4118-4815, 4118-4816, 4118-4817, 4118-4818, 4118-4819, 4118-4820, 4118-4821, 4118-4822, 4118-4823, 4118-4824, 4118-4825, 4118-4826, 4118-4827, 4118-4828, 4118-4829, 4118-4830, 4118-4831, 4118-4832, 4118-4833, 4118-4834, 4118-4835, 4118-4836, 4118-4837, 4118-4838, 4118-4839, 4118-4840, 4118-4841, 4118-4842, 4118-4843, 4118-4844, 4118-4845, 4118-4846, 4118-4847, 4118-4848, 4118-4849, 4118-4850, 4118-4851, 4118-4852, 4118-4853, 4118-4854, 4118-4855, 4118-4856, 4118-4857, 4118-4858, 4118-4859, 4118-4860, 4118-4861, 4118-4862, 4118-4863, 4118-4864, 4118-4865, 4118-4866, 4118-4867, 4118-4868, 4118-4869, 4118-4870, 4118-4871, 4118-4872, 4118-4873, 4118-4874, 4118-4875, 4118-4876, 4118-4877, 4118-4878, 4118-4879, 4118-4880, 4118-4881, 4118-4882, 4118-4883, 4118-4884, 4118-4885, 4118-4886, 4118-4887, 4118-4888, 4118-4889, 4118-4890, 4118-4891, 4118-4892, 4118-4893, 4118-4894, 4118-4895, 4118-4896, 4118-4897, 4118-4898, 4118-4899, 4118-4900, 4118-4901, 4118-4902, 4118-4903, 4118-4904, 4118-4905, 4118-4906, 4118-4907, 4118-4908, 4118-4909, 4118-4910, 4118-4911, 4118-4912, 4118-4913, 4118-4914, 4118-4915, 4118-4916, 4118-4917, 4118-4918, 4118-4919, 4118-4920, 4118-4921, 4118-4922, 4118-4923, 4118-4924, 4118-4925, 4118-4926, 4118-4927, 4118-4928, 4118-4929, 4118-4930, 4118-4931, 4118-4932, 4118-4933, 4118-4934, 4118-4935, 4118-4936, 4118-4937, 4118-4938, 4118-4939, 4118-4940, 4118-4941, 4118-4942, 4118-4943, 4118-4944, 4118-4945, 4118-4946, 4118-4947, 4118-4948, 4118-4949, 4118-4950, 4118-4951, 4118-4952, 4118-4953, 4118-4954, 4118-4955, 4118-4956, 4118-4957, 4118-4958, 4118-4959, 4118-4960, 4118-4961, 4118-4962, 4118-4963, 4118-4964, 4118-4965, 4118-4966, 4118-4967, 4118-4968, 4118-4969, 4118-4970, 4118-4971, 4118-4972, 4118-4973, 4118-4974, 4118-4975, 4118-4976, 4118-4977, 4118-4978, 4118-4979, 4118-4980, 4118-4981, 4118-4982, 4118-4983, 4118-4984, 4118-4985, 4118-4986, 4118-4987, 4118-4988, 4118-4989, 4118-4990, 4118-4991, 4118-4992, 4118-4993, 4118-4994, 4118-4995, 4118-4996, 4118-4997, 4118-4998, 4118-4999, 4118-5000

PREÇO DESTA EDIÇÃO: R\$ 1,50



Capa do jornal *Correio da Manhã* no dia 13 de junho de 2012.



[JUNHO] As festas juninas foram trazidas para o Brasil pelos europeus na época da colonização, mas segundo os historiadores têm origem em civilizações mais antigas. O catolicismo reforçou a tradição, comemorando o Dia de São João



ALEX RÉGIS

As quadrilhas são herança da corte francesa e foi introduzida no Brasil no século XVII, pelos portugueses. Elas celebram as festas de São João, Santo Antônio e São Pedro no mês de junho

Sagrado e profano se misturam nas festividades juninas

SARA VASCONCELOS
repórter

Bandeirões, balões e barracas de fogos, roupas xadrezes e comidas típicas pelas ruas e comércio não deixam dúvida: já é junho. As festividades e cultos religiosos far deste mês, o mais forte em tradições para o nordestino. Questões socioeconômicas, além da devoção católica, são citadas por historiadores e religiosos como motivo para que os rituais tenham maior intensidade nesta região do país.

Alguns costumes, como conhecemos, vem da Europa e foram introduzidos no Brasil pelos portugueses. A origem, entretanto, explica a historiadora Maria Dagmar Ribeiro, data das primeiras civilizações. “Os peras, os incas, entre outros povos, já festejavam este mês e com a chegada do cristianismo, a Igreja Católica introduziu a figura de São João, o primeiro dos santos a ser celebrado em junho”, afirma.

O vigário geral da Arquidiocese, padre Edilson Soares Nobre lembra que são duas as explicações para o uso do termo “junina”. A primeira pelos festejos acontecerem durante o mês de junho. A segunda, pelo fato de tratar-se de festas celebradas originalmente em países católicos da Europa e, portanto, seriam em homenagem a São João. “No princípio, denominava-se festa junina”, lembra. “São João Batista é invocado como o precursor. Aquele que preparou os caminhos do Senhor Jesus Cristo. É chamado Batista, porque ele pregava o batismo da conversão”, acrescenta o padre.

Mas além de São João, comemorado no dia 24, são homenage-

dos ainda Santo Antônio, dia 13, e São Pedro, dia 29 de junho. O marido de São Paulo também é celebrado no mesmo dia de São Pedro. “Porém, a festa em homenagem a ele (São Paulo) não se popularizou tanto”, acrescenta o religioso.

As festas juninas, observa o padre, tomaram uma proporção muito grande e ultrapassaram a dimensão religiosa. “É uma festa popular que envolve aspectos religiosos, folclóricos, sociais, onde a mesma é enriquecida por tradições e costumes (tipo fogos, balões, quadrilhas e outras danças, cânticos e simpatias)”, afirma.

Na região Nordeste, esclarece a historiadora Dagmar Ribeiro, os festejos estão mais ligados à chegada das chuvas, a figura do maituto, estigmatizada nas quadrilhas como o “leão tatus”, além de ter grande importância para atividades

econômicas como o turismo regional. Enquanto, no Sul e Sudeste do país a tradição, que guarda peculiaridades, está mais ligada ao período de colheita do milho.

As quadrilhas, herança da corte francesa, foi introduzida no Brasil no século XVII, pelos portugueses. “Cada região agregou características. Da mais capilar à mais estilizada, a dança se renova e atrai mais jovens. É a cultura que sai ganhando”, observa. Já as fogueiras tem fundamento religioso e segue a tradição iniciada com o nascimento de João Batista, quando as fogueiras foram acesas para anunciar a chegada do menino.

A culinária à base de milho é a contribuição brasileira para a tradição europeia. “O milho é a comida das Américas e por ser o alimento deste período se difundiu nas comidas típicas”, afirma a professora.

INTERDIÇÃO DE VIAS PARA ARRAIAIS

Com o início das festas juninas e apresentações de quadrilhas e festejos de rua, a Secretaria Municipal de Mobilidade Urbana tem realizado um trabalho para interdição de vias onde as festividades serão realizadas. Até agora, cerca de 200 requerimentos para interdição de ruas onde acontecem os chamados arraiais juninos foram encaminhados para a Semob. O secretário Márcio Sá explica que é necessário procurar o setor de interdição viária do órgão, sempre que for preciso interromper o fluxo de uma via pública. “Para que isso ocorra, os organizadores devem ter a autorização da Secretaria”, disse Márcio Sá.

Para conseguir a liberação oficial para realizar a festa, os representantes de comunidades precisam da autorização da Semob e da Secretaria Municipal (Semurbi), caso haja o uso de palco e som. Neste caso, acrescenta Márcio Sá, é preciso buscar uma declaração na Semob, informando que a Secretaria tem conhecimento da realização do evento; com isso, ir até à Semurbi e solicitar a licença ambiental. Após isso, o organizador deve retornar à Semob para conseguir a autorização de interdição da rua. Para dar início ao processo, é preciso levar à Semob uma solicitação de interdição da rua ou avenida.

MP recomenda suspensão de festas

A Prefeitura de Pendências cancelou todos os contratos com bandas para a realização dos festejos juninos, no município. O custo seria de R\$ 1,6 milhão. A medida obedece a determinação conjunta emitida pelos Ministérios Públicos Estadual, Federal, Eleitoral e o Ministério Público junto ao Tribunal de Contas. A recomendação é para que nos 139 municípios, que decretaram estado de emergência por conta da seca, não sejam realizadas “despesas com eventos festivos, incluindo a contratação de artistas, serviços de ‘buffets’ e montagens de estru-

ras para eventos”. A ideia é evitar que a situação se agrave nestas cidades, além de garantir que o máximo dos recursos públicos sejam destinados prioritariamente para a minimização dos efeitos da estiagem.

No documento as quatro instituições destacam, ainda, uma outra preocupação: “a prática e a experiência demonstram que a realização de festas e eventos em ano eleitoral costumadamente é desvirtuada, passando a ser utilizada com fins eleitorais”. E ressaltam que nos casos de verbas federais recebidas do Ministério da Cultu-

ra ou do Ministério do Turismo, com destinação específica vinculada à realização de festas ou eventos culturais, não se aplicam as orientações contidas na Recomendação.

Em 11 de abril, a governadora Rosalba Ciarlini decretou a situação de emergência nos 139 municípios afetados pela seca, por 90 dias, prorrogável por igual período. Em Pendências, serão mantidas a programação religiosa em comemoração ao padroeiro da cidade, São João Batista, além das quadrilhas juninas.

SÃO JOÃO

Tudo sobre a preparação para o período junino

Na tradição popular, Santo Antônio é casamenteiro. A devoção começou no século XII, graças à generosidade do frei que apresentava moças pobres, com valores que pudessem ser dados em dote para arranjar um casamento. Outra lenda, lembra a historiadora Maria Dagmar Ribeiro, é genuinamente brasileira. Conta que uma moça de Minas Gerais, cansada de não obter sucesso nos pedidos para arranjar um marido, arremessou pela janela a imagem do Santo Antônio, que acertou a cabeça de um homem que passava e que por isso se conheceram e acabaram casando-se.

Conheça algumas simpatias* para o santo ‘casamenteiro’ dar aquela mãozinha para quem está solteiro encontrar um amor.

Pra ontem

Uma das mais conhecidas e indicadas para quem tem pressa em arranjar um namorado. Compre uma pequena imagem do santo. E para agilizar a conquista do pedido, fazer dois procedimentos: tirar o Menino Jesus do colo do religioso, dizendo que só se entregará quando conseguir um namorado, ou ainda, virar o Santo Antônio de cabeça para baixo.



Para (se) amarrar

Logo na manhã do Dia dos Namorados, vésperas de Santo Antônio, compre um metro de fita azul de qualquer largura e escreva nele o nome completo da pessoa amada. À noite, conte 7 estrelas no céu, sem apontar, e faça um pedido ao santo para que ele ajude você a conquistar o coração dessa pessoa. No dia seguinte, amarre a fita nos pés da imagem de Santo Antônio e deixe lá, até conseguir arranjar uma pessoa para namorar.



Com que letra se escreve?

Quem deseja descobrir o nome do futuro companheiro deve comprar um facão e, à meia-noite do dia 12 de junho, cravar-lo numa bananeira. O líquido que escorrer da planta deve formar a letra do futuro amor.

Qual deles?

Uma das mais antigas tradições diz que, para descobrir o futuro companheiro, é preciso escrever os nomes dos candidatos em vários papéis. Um deles deve ser deixado em branco. À meia-noite do dia 12 de junho, eles devem ser colocados em cima de um prato com água, que passará a madrugada ao relento. No dia seguinte, o que estiver mais aberto indicará o escolhido. E se tirar o que está em branco?



Quantos anos faltam?

Para descobrir se falta muitos anos para a grande data, na véspera do dia 13 de junho, à meia-noite, amarre uma aliança – que pode ser de qualquer parente – numa linha ou num fio. Coloque um copo sobre a mesa e segure o fio de modo que a aliança esteja dentro do copo. Reze uma Salve Rainha e peça ao Santo para mostrar quantos anos faltam para o casamento. O número de batidas informa quantos anos ainda restam para o Dia D.

Falta muito?

Na véspera do Dia de Santo Antônio, compre um copo branco e, à meia-noite, coloque água. Quebre um ovo gelado dentro do copo, com cuidado, para não arrebentar a gema. Deixe no sereno por toda a noite. No dia seguinte, antes do sol nascer, pegue o copo e observe. Se estiver coberto por uma névoa branca, você se casará antes do Dia de Santo Antônio do próximo ano.

(*) As simpatias obedecem ao senso comum, não são reconhecidas pela Igreja Católica. Contudo, quem pratica garante que a eficácia depende da fé.



- 13 de junho - Garoto Safada, Lucas Santos e Almyr Farias
- 14 de junho - Circuito Musical, Bom e Bessa, Forró dos 3
- 15 de junho - Forró Estourado, Robson Farias e Forró Resenha
- 16 de junho - Forró do Bom, Teta Pessoa e Fadia Lorena
- 17 de junho - Dorgival Dantas e Meirinhos do Forró
- 20 de junho - Cavaleiro do Forró, Pajota Forrozão e Neto Araújo
- 21 de junho - Victor e Leo, Bebetto e Jorge e Baby Mel
- 22 de junho - Graffiti, Deive de Brincadeira e Forró da Tradição
- 23 de junho - Forró pagoado Invenção do Papai e Pisada do Bakana
- 24 de junho - Amigos Sertanejos, Molequeiros do Forró, Nelinho e Dodora Cardoso

- 14 de junho - Garoto Safada e Forró da Curtição
- 15 de junho - Toca do Vale e Sala Rodada
- 16 de junho - Avôes do Forró
- 21 de junho - Furacão do Forró e Banda Libanos
- 22 de junho - Forró Pé de Ouro e Bonde do Brasil
- 23 de junho - Forró do Muldo
- 28 de junho - Dorgival Dantas e Cavalinho de Aço
- 29 de junho - César Manotti & Fabiano
- 30 de junho - Eliane, Ferro na Boneca e Nelinho

Quarta-feira é dia do santo casamenteiro

Na próxima quarta-feira, dia 13, a Igreja Católica celebra um dos santos mais populares do cristianismo, Santo Antônio. De acordo com o vigário geral da Arquidiocese, padre Edilson Soares Nobre, o santo português foi um grande teólogo, místico, Doutor da Igreja. Contudo, o título que mais o identifica é o de “Santo casamenteiro”, dado pelo senso popular. São várias as origens apontadas para que Antônio de Pádua seja o padroeiro de quem deseja conseguir um casamento.

Uma das versões é que o título se deu a uma graça que uma criança recebeu do santo. “Ela havia feito uma promessa para que os seus pais superassem a intensa desamônia conjugal que existia entre os dois. Tendo a criança alcançado a graça, a fama do santo se evidenciou até hoje: é tratado como o ‘santo casamenteiro’”, conta o padre.

Na tradição popular, o Santo Antônio é casamenteiro. A devoção começou no século XII graças à generosidade do frei que apresentava moças pobres, com valores que pudessem ser dados em dote para arranjar um casamento.

Outra lenda, lembra a historiadora Maria Dagmar Ribeiro, é genuinamente brasileira. Conta que uma moça de Minas Gerais, cansada de não ter êxito nas preces para arranjar um marido, arremessou pela janela a imagem do Santo Antônio, que acertou a cabeça de um homem que passava pela rua. “Eles se conheceram por conta do incidente e acabaram casando-se, de acordo com a lenda”, conta.

O padre lembra que a reputação de casamenteiro, bem como as simpatias realizadas para encontrar a “alma gêmea” não tem o crédito da Igreja. “Não discriminamos, nem é condenável. Somente não recomendamos como algo da doutrina da Igreja Católica”, disse Edilson Nobre.

Independente da origem, a bióloga Kallyane Andrade conta que a fênix “santinho” deu certo. “Todo ano eu fazia a brincadeira da aliança no copo e a caída o número de batidas acabei casando no tempo notado”, lembra. Devoção de Santo Antônio, a dona de casa Antônia Almeida, 56 anos, conta que o nome do marido, com quem está casada há 32 anos, apareceu em uma das simpatias. “Acredito que quando se tem R atê o que é o senso comum pode render boas surpresas”, disse.

As simpatias não são recomendáveis. Só não condenamos como algo da doutrina da Igreja Católica.”

PADRE EDILSON NOBRE
vigário geral da Arquidiocese

TRIBUNA DO NORTE

CADERNO: NATAL
PÁGINA: 03
DATA: 10 DE JUNHO DE 2012



FOTOS: RODRIGO SENA

Sob o olhar das banqueteiras, numa tarde foram produzidas canjicas, bolo de milho, pamonhas e bolo pé de moleque para abastecer a lojinha, que todo fim de tarde fica lotada

Temporada da cozinha de milho

REPORTAGEM DO FIM DE SEMANA PASSA UMA TARDE NA COZINHA DAS BANQUETEIRAS SÔNIA E MÍLVIA, EM BUSCA DA RECEITA PERFEITA DE CANJICA E PAMONHA

A montanha de palhas de milho que fica pra trás e o cheiro que vem da panela, anunciam: vai sair pamonha e canjica! Essa é uma imagem presente na memória de todo mundo que nasceu ou viveu no Nordeste.

A época das festas juninas é tempo também de festa gastronômica. Pamonha, canjica, bolos de milho, macaxeira, batata doce e bole preto, são as estrelas. Mas nem todo mundo sabe preparar essas delícias em casa. Sorte dos buffets, das doceiras e dos restaurantes, que vendem as iguarias.

A TRIBUNA DO NORTE passou uma tarde acompanhando o trabalho na cozinha de Sônia e Mílvia, uma das mais tradicionais da cidade. Fomos em busca do segredo da canjica perfeita.

O ritmo na cozinha é frenético. Além dos 23 funcionários habituais, 6 colaboradores extras foram recrutados para dar conta das encomendas juninas. Na véspera do dia de São João, Sônia e Mílvia chegam a produzir 600 canjicas e 800 pamonhas em um só dia.

Sônia Galvão, que há 34 anos tem o buffet com a sócia Mílvia, conta que aprender a receita da canjica com a mãe. Ela faz tudo no olho, vai colocando os ingre-



Produção da pamonha e da canjica é toda artesanal

dientes e "sentindo" o andamento da receita. E dá dicas preciosas para a canjica perfeita:

"Primeiro a qualidade do milho. O milho tem que ser bom e estar inchado. Nem verde nem seco. Tem que ser milho inchado", explica ela.

A qualidade do milho é tão importante, que Sônia compra as espigas do mesmo fornecedor há dez anos.

Acompanhamos todo o processo da produção da canjica: tudo começa com o "corte" do milho,

que é retirar os caroços da espiga. Em seguida o milho é moído e lavado com leite de coco. Nessa hora, outra dica de ouro: "Só use leite de coco natural. Aquele que você rala o coco pra tirar o leite. O industrializado acaba com a canjica. Leite de vaca também não fica bom, altera totalmente o sabor. Eu só uso leite coco natural", enfatiza Sônia.

Na lavagem a palha é separada do xerém, que é a parte de dentro do milho. Depois o xerém é liquidificado e peneirado. A massa pronta vai para o fogo cozinhar. Depois vem a hora de "temperar". A cozinheira adiciona leite de coco, manteiga, açúcar e sal.

Um dos maiores segredos da canjica é saber dosar as quantidades de sal e açúcar. Mas isso Sônia garante que só se consegue com a prática. "Essa parte vai do paladar de cada um. Você vai provando e vendo o jeito que você gosta mais. Com o tempo já faz no automático".

A canjica tem que sair da panela ainda quente, pois endurece assim que começa a esfriar. O toque final é a canela polvilhada por cima.

Se você tem a sorte de fazer a receita em casa, raspar o fundo da panela também faz parte do ritual. É lá que fica concentrado mais intensamente o sabor da canjica.

Para quem quiser se inspirar e botar a mão na massa, tem um vídeo no site da TRIBUNA DO NORTE com o passo a passo da canjica de Sônia e Mílvia. Boa sorte e bom apetite!

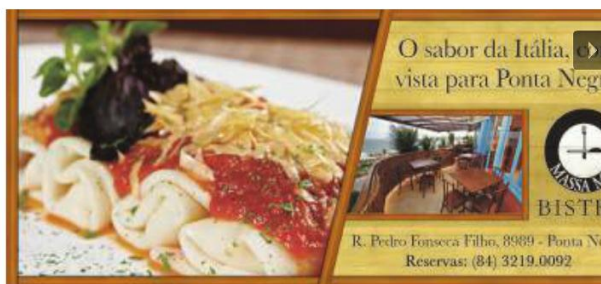
SERVIÇO

Sônia & Mílvia, Av. Jaguarari, 1384 - Barro Vermelho. Tel.: 3201-5880



MULTIMÍDIA
Veja o vídeo sobre
essa reportagem

www.tribunadonorte.com.br



INSTRUMENTISTA E COMPOSITOR QUE TRANSITA ENTRE O FORRÓ ELETRÔNICO E DE RAIZ, O POTIGUAR ZÉ HILTON TEM CANÇÕES GRAVADAS POR BRUNO MARIONE E AVIOES DO FORRÓ. AGORA SUA SANFONA SEMA A ESTRELA DE MAIS UM CONCERTO, DIAS 26 E 27, COM A ORQUESTRA SINFÔNICA DO ESTADO

DE OLHO NO DIREITO AUTORAL

A HISTÓRIA QUE RODA E VOLTOU

INSTRUMENTISTA
E COMPOSITOR
QUE TRANSITA
ENTRE O FORRÓ
ELETRÔNICO E DE
RAIZ, O POTIGUAR
ZÉ HILTON TEM
CANÇÕES
GRAVADAS POR
BRUNO E MARPHONE
E AVIÕES DO
FORRÓ. AGORA
SUA SANFONA
SERÁ A ESTRELA
DE MAIS UM
CONCERTO, DIAS
26 E 27, COM A
ORQUESTRA
SINFÔNICA DE
ESTADO

TABLE 1

Hier sind die besten Angebote, die wir für Sie gefunden haben. Die Preise sind in Euro und gelten für die angegebenen Mengen. Die Preise sind in Euro und gelten für die angegebenen Mengen. Die Preise sind in Euro und gelten für die angegebenen Mengen.

12. *que elabore de forma clara, e sem
ambigüidade, o sentido contido no
documento, e que não contenha
informações falsas ou tendenciosas*

[illegible][illegible][illegible]

DE OLHO NO
DIREITO
AUTORAL

Chronic hepatitis B virus (HBV) infection is a worldwide health problem, with approximately 200 million people infected. Chronic HBV infection is a major cause of liver disease, including cirrhosis and hepatocellular carcinoma. The natural history of HBV infection is characterized by a period of acute infection, followed by a period of chronic infection. In the acute phase, the virus replicates and the immune system mounts a response, leading to the clearance of the virus in most cases. In some cases, however, the virus persists, leading to chronic infection. In chronic HBV infection, the virus continues to replicate and the immune system mounts a response, leading to liver damage and the development of cirrhosis and hepatocellular carcinoma. The natural history of HBV infection is complex and the outcome of infection varies widely. The aim of this review is to provide an overview of the natural history of HBV infection, focusing on the acute and chronic phases of the disease.

**A HISTÓRIA DA SANFONA
QUE RODOU O MUNDO
EVOLTOU PRA FAMÍLIA**

[illegible]

1. *Chlorophyll a* and *b* are the primary photosynthetic pigments in most plants. They absorb light energy and convert it into chemical energy. *Chlorophyll a* is the main photosynthetic pigment, while *Chlorophyll b* acts as an accessory pigment.

Todos os móveis da loja
 pela metade do preço!

BÁSICA
 DESIGN

Vix Mendes da Fonseca 1140,
 Itaipava - RJ 02211-000

Anexo 7

A MESA PORTUGUESA DO SANTA MARIA EM NOVO ENDEREÇO
[PÁGINA 10]

RECEITA CASEIRA DE HAMBURGUER GOURMET FAZ SUCESSO EM NATAL
[PÁGINA 3]

ÚLTIMOS DIAS PARA VER BARBIE E KEN
[PÁGINAS 4 E 5]

fim de semana
TRIBUNA DO NORTE
Natal • Rio Grande do Norte • Sexta-feira • 22 de junho de 2012

LAMPEJOS DE SÃO JOÃO
FIM DE SEMANA VISITA TRADICIONAL FESTA DA RUA SÃO JOÃO, EM LAGOA SECA. CONFIRA OUTROS LOCAIS PARA DANÇAR FORRÓ OU VER AS FOGUEIRAS ACESAS. PÁGS. 6 A 8

ARRMA TEM QUE TER FORRÓ, BALÃO, QUADRILHA E FOGUEIRA. MESA COM TORTA DAGUIA E UMA SIMPATIA CASAMENTEIRA.

Mesa de São João só fica boa de verdade quando tem a melhor torta da cidade.

Daguia
Tortas Fritas
daguia.com.br | 3201.9290
twitter.com/daguiatortas

ALDAIR DANTAS

Capa do caderno *Fim de Semana* do jornal *Tribuna do Norte* no dia 22 de junho de 2012.

6. Tribuna do Norte - São José - Rio Grande do Norte

Fim de semana

Sexta-feira 22 de junho de 2012

ARRAIAL

com as bênçãos de São João

TRADICIONAL FESTA NA RUA SÃO JOÃO NASCEU E SE MANTEVE EM TORNO DA IGREJA HOMÔNIMA E DA COMUNIDADE. A FESTA MANTÉM O PERFIL FAMILIAR E RECUPERA UM POUCO DO PASSADO, QUANDO O LAZER ERA COMPARTILHADO NA CALÇADA, COM OS VIZINHOS

GLAUCIO VIVARE
repórter

Haveria um tempo em que não era necessário ir muito longe para encontrar um São João em São José. Desde todos os anos, há uma festa que acontece no bairro da Igreja São João, no centro da cidade. O São João da Rua de São João, hoje em dia, não é São João. É uma festa que nasceu em torno da igreja e da comunidade, mas que hoje em dia, não é mais a mesma. O São João da Rua de São João, hoje em dia, não é São João. É uma festa que nasceu em torno da igreja e da comunidade, mas que hoje em dia, não é mais a mesma.

O São João da Rua de São João, hoje em dia, não é São João. É uma festa que nasceu em torno da igreja e da comunidade, mas que hoje em dia, não é mais a mesma. O São João da Rua de São João, hoje em dia, não é São João. É uma festa que nasceu em torno da igreja e da comunidade, mas que hoje em dia, não é mais a mesma.

O São João da Rua de São João, hoje em dia, não é São João. É uma festa que nasceu em torno da igreja e da comunidade, mas que hoje em dia, não é mais a mesma. O São João da Rua de São João, hoje em dia, não é São João. É uma festa que nasceu em torno da igreja e da comunidade, mas que hoje em dia, não é mais a mesma.

O sagrado e o profano: músicos e café em um espaço na festa



TRADIÇÃO QUE COMEÇOU COM PADRE PIO

A tradição da festa de São João em São José tem suas raízes na história da cidade. Segundo o padre Pio, a festa começou em 1912, quando ele chegou à cidade e decidiu organizar uma festa para celebrar a chegada de São João. Desde então, a festa tem sido uma tradição importante para a comunidade.

Sexta-feira 22 de junho de 2012

Fim de semana

Tribuna do Norte - São José - Rio Grande do Norte

MEMÓRIAS DA FESTA

São José nasceu em 1912, quando o padre Pio chegou à cidade e decidiu organizar uma festa para celebrar a chegada de São João. Desde então, a festa tem sido uma tradição importante para a comunidade.

ONDE TEM FORRÓ E FOGUEIRA

No Povoado São João, a festa de São João é uma tradição importante para a comunidade. A festa acontece em torno da igreja e da comunidade, mas que hoje em dia, não é mais a mesma.

O SÃO JOÃO DE HOJE

O São João da Rua de São João, hoje em dia, não é São João. É uma festa que nasceu em torno da igreja e da comunidade, mas que hoje em dia, não é mais a mesma. O São João da Rua de São João, hoje em dia, não é São João. É uma festa que nasceu em torno da igreja e da comunidade, mas que hoje em dia, não é mais a mesma.

nutre

Alimentando sua saúde

Restaurante Light / Unha de Condições

Consultoria Nutricional

E. Lúcia de Azeite, 1981, Curitiba - Tel: (41) 3331-5474

Festivais e shows em Natal, Mossoró e Assu

PROGRAMAÇÃO NOS MUNICÍPIOS DE TRADIÇÃO JUNINA, COMO MOSSORÓ E ASSU, A FESTA CONTINUA COM VÁRIOS SHOWS. EM NATAL, AS QUADRILHAS SÃO DESTAQUE

Em Natal a programação começa no sábado, 23, com shows e festival de quadrilhas. O evento segue até o dia 30, no Ginásio Poliesportivo Nélio Dias, zona Norte da cidade. A parte interna do ginásio, localizada no conjunto Gramoré, bairro de Lagoa Azul, irá abrigar o festival de quadrilhas nas categorias cômica, tradicional e estilizada. Já na parte externa, serão instaladas as barracas de comidas e bebidas típicas, além do palco para apresentação dos shows programados para o evento. No dia 23 as atrações são Kelly e Forrozão Olhar solado. No dia 24, a festa segue com Maria Tereza & Banda e Assu Partiu.

Já Mossoró está em festa desde o começo do mês. O Mossoró Cidade Junina tem atrações culturais que acontecem durante todo o mês de junho, com shows de música nordestina, quadrilhas Juninas, festivais, feiras de artesanato, comidas típicas e muitos outros.

O palco principal do evento é a Estação das Artes Eliseu Ventania, antiga estação ferroviária do município, que no mês de junho se transforma na Estação do Forró. É nessa estrutura que se apresentará na sexta-feira (22) Messias Portugal, Forró Ametado, Bonde do Brasil e Forró Pé de Ouro. Já no sábado (23) sobem ao palco Genê di Paula e Banda, Nataly e Banda Abadala, Bonde das Garfaldas, Forró do Mundo e Gilvan Costa e Forró Remexido. Os famosos trios de forró pé de serra também têm espaço garantido: eles se apresentam no Circo do Forró, espaço montado na Estação das Artes.

Em Assu, na sexta-feira quem comanda a festa são as bandas Graffiti, Deixe de Brincadeira e



Festival de Quadrilhas Juninas da cidade de Natal acontece no Ginásio Nélio Dias, na zona Norte

Forró da Tradição. No sábado tem Forró Pegado, Invenção do Papai e Pizada de Bokana. Ainda no sábado, no Pátio do Povo, às 21h, haverá a final do Forró - Encontro Regional de Forró. O evento tem entrada franca. Domingo é o encerramento dos festejos juninos na cidade com Amigos Sertanejos, Molequeiros do Forró e Nelsinho & Dodora Cardoso.

Monte Alegre também tem programação para o fim de semana de São João. Segunda-feira, a partir das 18h, acontece a final das quadrilhas estilizadas do Festival de Quadrilhas Juninas da Globo Nordeste. As apresentações serão no ginásio Os mundo Forlas.

O festival teve uma eliminatória local na última quinta-feira, nas categorias matuta e cômica. "Elita Danado!" de Currais Novos levou o bicampeonato na categoria tradicional. E na categoria cômica quem venceu foi a Quadrilha Drag Queen, das Rocas.



Em Mossoró, a festa começou com o Pingo do Meio-Dia (foto) e termina dia 30 de junho. Quem vai viajar, pode conferir show de Graffiti em Assu



E MAIS...

LYSIA CANTA

CINCO NO JOGUM

Lysia Condé canta no Chica Boquer - Sexta-feira, dia 22, no Júbileo Gastronomia e Música. O show conta com a participação de Juliana Ferreira no violão e Jolegi nos sopros. A partir das 21h30.

THE PROIS

NO PEPPER'S HALL

No sexta-feira (22), a banda The Prois volta ao palco do Pepper's. A festa conta ainda com a chegada do Furor de Fogo e o som do DJ Gannei. Ingressos a R\$ 20,00 (membros) e R\$ 25,00 (humano).

TRIO UMAMI

DE PÁDUA NO MÃO DE ARTE

O projeto Sem do Mito, realizado no Shopping de Artes e Mãos de Arte, quele dos Artistas, encerra a programação de junho neste domingo (24). A primeira atração fica por conta do Trio Umami. Às 17h, O multi-instrumentista Antônio de Pádua se apresenta às 18h. A entrada é gratuita. Info em: segele 3302 9191.

CHICO PRETO

NO DOM VINCÍUS

O Dom Vínicius da rua Ângelo Varela, no Trol, abre a sexta-feira com o tradicional show de Dons Gêo e Banda Matusa Fina, a partir das 20h, cantando clássicos do cancioneiro nacional. No sábado, o sambista também em dois instrumentos. A partir das 18h30 tem sambadez com os Amigos do Samba. Às 21h30 sobe ao palco a banda Chico preto, formada por Berthoven e Júbileu, tocando sambas jazz.

CINEMA E

DIVERSIDADE SEXUAL

O Cine Trênis - projeto da Músculo Interdisciplinar de Estudos em Diversidade Sexual, Gênero e Direitos Humanos de UFRN - Trênis, promove na sexta-feira, 22, no Nôdo Mito Café da Rua Ribeira, a exibição do filme "C.R.A.Z.Y." - Lucien de Amor. A entrada é gratuita às 18h.

As previsões da meteorologia é de que no RN, especialmente no litoral, o fim de semana seja com pancadas de chuvas. Ontem, mesmo com fortes chuvas na capital, comerciantes de milho e adereços juninos se diziam otimistas com as vendas de hoje.

São João em Natal: milho, fogueiras, fogos e... chuva!

FOTOS: ADRIANO ABREU



Ontem, o natalense enfrentou o dia inteiro de chuvas. Segundo a Emparn, pancadas de chuvas devem ocorrer ao longo do fim de semana do São João

Véspera de São João é dia de festa, de fogueira e de se apreciar milho cozinhado e assado, pamonhas e outras guloseimas da culinária nordestina. Ainda mais num sábado, tendo o domingo, o dia do santo, para descanso.

Isso, se o tempo ajudar, porque as previsões da meteorologia é de que no Rio Grande do Norte o fim de semana tenha uma variação de nuvens, com pancadas de chuvas, que também atingirão outros estados da Região Nordeste: Ceará, Maranhão, Paraíba e Piauí.

Já na maior parte da Bahia, leste de Pernambuco e grande parte de Alagoas e Sergipe, a previsão climática é de sol e poucas nuvens, informa o Centro de Previsão de Tempo e Estudos Climáticos, vinculado ao Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe).

O meteorologista da Empresa de Pesquisa Agropecuária do Grande do Norte (Emparn), Gilmar Bristot, reforçou que a previsão neste fim de semana, principalmente pela madrugada e primeiras horas da manhã, "é de que as chuvas devam continuar".

Porém, Bristot, afirmou que ao longo da semana as chuvas devem diminuir: "Não há, com base nos dados disponíveis, previsão de chuva rigorosa".

Bristot ainda informou que os índices de precipitação pluviométrica nas regiões litorâneas, onde mais chove nesse período, o volume de chuva está abaixo da média, que é de 260 milímetros no mês de junho. Mesmo em Natal, onde normalmente chove mais de 800 milímetros no primeiro semestre, o acumulado dos últimos seis meses é de 734,1 mm.

Por coincidência, agora no mês de junho, o maior volume de precipitações ocorreu nos últimos dois dias, tendo chovido 24,2 milímetros na quinta-feira, dia 21. Os dados de ontem ainda não tinham confirmação da Emparn.

Com relações chuvosas e ontem, apesar dos alagamentos em alguns pontos da cidade, que logo baixaram, o chefe do Setor de Fiscalização da Secretaria Municipal de Mobilidade Urbana, Kennedy Araújo, informou que não houve muitos transtornos. Com a queda de ener-

gia, alguns semáforos foram apagados, mas logo reprogramados.

Ruim para os motoristas, mesmo, foram os buracos em vias públicas, que ficaram cobertos por água e em alguns casos causando prejuízos materiais nos veículos. O autônomo Dagmar Pereira Maia dirigia o seu Crossfox pela rua Joaquim Eduardo de Farias, entre os

conjuntos Serrambi I e III, quando caiu num buraco encoberto por uma poça d'água: "Não conhecia a rua e entrei de vagar, mas perdi o papo de fogo do carro".

O pintor de paredes Francisco de Assis Monteiro tentava ajudar, debaixo do automóvel, retirar o "papo de fogo", uma chapa de metal que protege o cárter do motor

contra acidentes, mas encontrava dificuldade, "porque arregaçou tudo com a pancada". Como não conhecia a rua e era a primeira vez que passava no local, Dagmar Maia, aparentemente calma, disse: "que não tinha como adivinhar" que no local um buraco estava encoberto pela água da chuva.



MILHO

Apesar da chuva que ameaçava se intensificar, a população não deixou de comprar milho para preparar as comidas típicas do período junino. O movimento era grande na Feira do Milho, em um espaço anexo à Ceasa - na avenida Capitão Mor Gouveia - durante a manhã de ontem. A mão do milho, equivalente a 50 espigas, variava entre R\$ 20 e R\$ 25. Natural de Itajá, interior do RN, a funcionária pública federal Dalva Lopes escolheu as melhores espigas para preparar os pratos típicos. "Sou de origem sertaneja e não desejo participar dos festejos nessa época do ano. É tradição que carregue comigo desde pequena", disse Dalva.

FOGUEIRA

A fogueira é tradição comum que une todas as festas de São João. Remonta ao nascimento de São João Batista. Foi o meio pelo qual Isabel avisou Maria sobre o nascimento da criança e assim conseguiu auxílio após o parto.

FOGOS DE ARTIFÍCIO

O uso de balões e fogos de artifício durante o São João no Brasil, está relacionado com o tradicional uso da fogueira junina e seus efeitos visuais. Este costume foi trazido pelos portugueses para o Brasil, e ele se mantém em ambos lados do Atlântico, sendo que é na cidade do Porto em Portugal, onde mais se evidencia.



ADEREÇOS

Na barraca da comerciante Lindalva Palhano, na avenida Antônio Basílio, havia de tudo para colorir e animar as festas juninas pela cidade. Diversidade de fogos de artifício e comprar as coisas disse Lindalva. Sobre a mesa de vendas, chapéus, saias, vestidos e uma grande variedade de fogos de artifícios para fazer a alegria de crianças e adultos.



TRÂNSITO

O secretário de mobilidade urbana de Natal, Márcio Sá, informou que cerca de 60 ruas estarão temporariamente interditadas para a realização de festejos juninos. Muitas interdições ocorrem para que as fogueiras, símbolo do período junino, sejam posicionadas com segurança para as festas. Ontem por causa da chuva, os pontos de venda de lenhas estavam tranquilos.

QUADRILHA

Ainda que inicialmente adotada pela elite urbana brasileira, esta é uma dança que teve o seu maior florescimento no Brasil rural (daí as roupas características), e se tornou uma dança popular dos festejos juninos, principalmente no Nordeste.

ROUPAS CAIPIRAS

Camisas xadrez, calças com retalhos, vestidos coloridos e característicos do período. Esses elementos formam o cenário dos festejos juninos e fazem referências às roupas "caipiras", associadas ao cenário regional que complementam as comemorações do período.

HISTÓRIA DO SÃO JOÃO

As festas juninas celebradas atualmente tornaram-se frutos de influências europeias, com adaptações da cultura nordestina e essencialmente baseada na religião cristã. A música e os instrumentos usados, como sanfona, triângulo e zabumba estão na base da música popular e folclórica portuguesa e foram trazidos para o Brasil pelos povoadores e imigrantes daquele país. As roupas "caipiras" são referências ao povo campestre, que povouou principalmente o Nordeste do Brasil. Do mesmo modo, as decorações com que se enfeitam os arraiais tiveram o seu início em Portugal com as novidades que na época dos descobrimentos os portugueses levavam da Ásia, enfeites de papel, balões de ar quente e pavorais, por exemplo. No Brasil, recebeu o nome de junina (chamada inicialmente de joanina, em referência a São João), porque acontece no mês de junho. Além de Portugal, a tradição veio de outros países europeus cristianizados dos quais são oriundas as comunidades de imigrantes, chegados a partir de meados do século XIX. Ainda antes, porém, a festa já tinha sido trazida para o Brasil pelos portugueses e logo foi incorporada aos costumes das populações indígenas e afro-brasileiras.



[SÃO PEDRO] Fiéis acompanharam o cortejo que percorreu as ruas do bairro

Procissão encerra festa do padroeiro do Alecrim

Centenas de fiéis católicos participaram das solenidades de encerramento da 93ª Festa de São Pedro, no Alecrim. O ponto alto da festa foi a procissão que percorreu algumas ruas do bairro centenário no final da tarde de ontem. Com cantos de louvor, orações e fogos de artifício, os fiéis saudaram as imagens de São Pedro, Santa Luzia e Nossa Senhora da Apresentação. Uma celebração eucarística, na Matriz de São Pedro, encerrou as festividades.

Algumas pessoas participaram da procissão para pagar promessa. Era o caso da aposentada Maria Alves da Silva, 88 anos. Ela conta que há mais de 60 anos participa do evento religioso. Apesar da idade, Maria Alves disse que não se sente cansada. "Minha mãe fez uma promessa porque eu tinha um problema de saúde quando era jovem. Fiquei curada e desde então venho pra procissão", disse. Nos pés, Maria calçava uma sandália de couro. Nas mãos, levava um terço e uma imagem do São Pedro. "São minha vida, meu filho", disse.

Durante o percurso, jovens, crianças e idosos demonstravam devoção ao santo que, segundo os católicos, é o responsável pelas chaves da "porta do céu". A estudante Jessica Andrade, 22 anos, disse que sempre assiste às missas na igreja de São Pedro e aguarda as festas juninas para, além de se divertir nas festas típicas do período, rezar pelos santos do mês. "Minha mãe é devota de São João e eu rezo muito por Santo Antônio. Mas nas festas de São Pedro nós também estamos presente sempre. Rezar nunca é demais, não é verdade?", disse.

A Festa de São Pedro desse ano começou no dia 19 desse mês. Todos os dias foram celebradas missas. Um dos momentos mais esperados pelos fiéis, foi a bênção das chaves realizada na missa celebrada na manhã de ontem. O tema da festa esse ano foi "Com São Pedro e Santa Luzia, à luz da fé em Jesus Cristo, viver um renovado anúncio do Evangelho".

HISTÓRIA

São Pedro é o fundador da Igreja Católica, segundo a tradição. Pescador do lago de Genezareth, ele foi Apóstolo de Cristo e depois encarregado de fundar a Igreja Católica, tendo sido seu primeiro Papa. O santo também é considerado o protetor das viúvas e dos pescadores. São Pedro é festejado no dia 29 de junho, com a realização de grandes procissões marítimas em várias cidades do Brasil. Em terra, os fogos e o pau-de-sebo são as principais atrações de sua festa.

Depois de sua morte, São Pedro, segundo a tradição católica, foi nomeado chaveiro do céu. Assim, para entrar no paraíso, é necessário que o santo abra suas portas. Também lhe é atribuída a responsabilidade de fazer chover. No dia de São Pedro, todos os que receberam seu nome devem acender foguetes na porta de suas casas.

Em pelo menos cinco municípios o Dia de São Pedro será feriado municipal, por ser o padroeiro: Bodó, Baía Formosa, Caiçara do Norte, Francisco Dantas e Varzea. Em Natal, a Prefeitura decretou ponto facultativo. O mesmo aconteceu nas repartições públicas do Estado e no Tribunal de Justiça do Rio Grande do Norte (TJRN).



Recorte da página 25 do jornal *Correio da Manhã* no dia 14 de junho de 2012.

