



## **Programa São João do Nordeste: O espetáculo junino e a representação da cultura nordestina nas quadrilhas juninas<sup>1</sup>**

Juliana Hermenegildo da Silva<sup>2</sup>  
Maria Érica de Oliveira Lima<sup>3</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

**Resumo** O presente artigo, ainda em fase inicial de pesquisa, analisa as formas de representatividade e tradições nordestinas dentro das quadrilhas juninas que se apresentam no programa São João do nordeste da rede Globo de televisão, visando identificar como o homem do campo e as raízes dos festejos juninos se mantêm dentro do cenário moderno. A questão central deste estudo é se as reconfigurações sofridas nos festejos afetaram as quadrilhas juninas a ponto de as mesmas deixarem de ser parte integrante das tradições. A pesquisa é embasada nas teorias e metodologias da Folkcomunicação reescritas por José Marques de Melo. Realiza uma revisão sobre os estudos culturais dentro da modernidade partindo das teorias de Renato Ortiz como forma de analisar se as mudanças aparentes nos grupos juninos foram condicionadas pela mídia, a modernidade, ou pelos dois fatores.

**Palavras-chave:** Folkcomunicação; Cultura Popular, Festejos e Quadrilhas Juninas; Mídia e Programa São João do Nordeste.

### **Introdução**

A cultura popular, manifestações em que o povo produz e participa ativamente da manutenção de seus bens culturais tais como, dança, música, literatura, folclore, etc., faz parte da essência da humanidade e serve como característica e diferenciação de cada povo, cada região e cada país.

Os primeiros estudos sobre cultura são sobre as culturas de massas, fenômeno que surgiu logo após o *boom* capitalista na transição entre os séculos XIX e XX.

Alguns teóricos como Jean Baudrillard e Martin-Barbero, apontam que nesse primeiro momento a indústria cultural tomou para si os bens culturais das classes e as

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 8 – Estudos Interdisciplinares do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda em Estudos da Mídia no Programa de Pós Graduação em Estudos da Mídia-PPGEM, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte-UFRN. E-mail: [jujuhermenegildo@gmail.com](mailto:jujuhermenegildo@gmail.com)

<sup>3</sup> Doutora e professora do Programa de Pós Graduação em Estudos da Mídia-PPGEM, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, orientadora desta pesquisa. E-mail: [merical@uol.com.br](mailto:merical@uol.com.br)



reproduziu, esse processo teria um caráter de homogeneizar a sociedade, conseqüentemente ter um controle em todos os campos sociais.

No fim da década de 1960 o pesquisador e professor Luiz Beltrão introduziu nas pesquisas sobre comunicação no Brasil um novo campo, o da Folkcomunicação. Esses estudos têm como objeto de pesquisa a apropriação pelos meios de comunicação das festas e ritos populares, assim como as transformações desses festejos em fontes de reprodução massiva.

No mundo atual tudo se reconfigurou e se transformou, as manifestações e tradições também passam por esses processos constantemente e tentam se estabelecer e se reorganizar na medida em que novas possibilidades surgem, tais mudanças são ocasionadas por diferentes fatores. Esta pesquisa abordará dois destes fatores: mídia e modernidade. Investigaremos se estes dois fatores foram condicionadores de mudanças nas manifestações dos festejos juninos.

### **Fenômeno Cultural**

A cultura popular, manifestação em que o povo produz e participa ativamente da manutenção de seus bens culturais tais como, dança, música, literatura, folclore, etc., faz parte da essência da humanidade e serve como característica e diferenciação de cada povo, cada região e cada país, e no passar dos anos buscou diferentes formas de se manter como ponto de legitimação da identidade do povo.

Essas festas são de acordo com Marques de Melo (2008) processos comunicacionais entre as classes, são uma forma de mensagem de legitimação das diferentes culturas, de intercâmbio entre elas e uma luta constante para definir poder.

Nas festas populares, as classes sociais interagem dialeticamente, coexistindo de forma aparente, mas na verdade enfrentando-se, ora sutil, ora de modo ostensivo, na tentativa de conquistar a hegemonia cultural. Por isso mesmo, elas se caracterizam como processos comunicacionais, 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. (MARQUES DE MELO, 2008; p.77).

Em alguns estudos sobre cultura, principalmente sobre cultura de massa e cultura midiática, identificamos como os meios de comunicação agregam e apropriam-se de elementos das classes para definir os costumes de outras classes, ocorrendo o que Ortiz (1996) denominou de “mundialização da cultura”, fenômeno em que as diferentes culturas se difundem e se misturam entre si, ocasionada principalmente pela crescente dos meios de comunicação que fazem o papel de elemento difusor.



Segundo Marques de Melo (2008), para conquistar mercados que não eram constituídos de uma cultura alfabética, a indústria brasileira buscou retroalimentar-se da cultura popular, trazendo para dentro dos meios seus produtos típicos, principalmente no setor de entretenimento, resgatando diversos símbolos populares, fazendo com que os mesmos se submetam à padronização típica da cultura de massa, seriada e repetitiva, Trigueiro (1998), exemplifica muito bem isso em seu estudo sobre o São João da cidade de Campina Grande, onde uma festa popular e característica da região nordeste tomou proporções totalmente voltada para a indústria capitalista, com grandes produções artísticas, produção industrial de comidas e bebidas (pamonha, canjica, aluá, etc.), cobertura expansiva dos meios de comunicação (existe inclusive uma rua da cidade dedicada ao uso somente das rádios e tvs), o intuito passou dos ritos iniciais de celebração de boas colheitas e fartura para o entretenimento.

Esse processo de apropriação teve início com a indústria cultural que é uma decorrência do capitalismo. Para Coelho (1993), a indústria cultural possibilita uma mistura de culturas levando de forma derivada vários produtos oriundos de uma e outra cultura (erudita, popular, folclórica) ocasionando o que podemos chamar de “intercâmbio”. Essa indústria leva as culturas dos centros para os extremos, possibilitando uma difusão para todos os indivíduos.

Diante da possibilidade dessa difusão cultural pela indústria cultural Canclini (2003), afirma que “no consumo, os setores populares estariam sempre no final do processo, como destinatários, espectadores obrigados a reproduzir o ciclo do capital e a ideologia dos dominadores”. O povo busca fazer ser visto, mas esbarra neste processo de apropriação e de opressão.

As manifestações por meio das festas, ritos, artesanato, comida e tudo que remete ao povo, identificam os grupos sociais, mas esse atual modelo de difusão cultural não traz o povo como mediador e transformador, interessa-se apenas pela repetição de tais manifestações, esquecendo-se do que Martín-Barbero (1997) denominou de “transformações do *sensorium* dos modos de percepção”, as vivências e experiências sociais das classes e dos indivíduos, ignorando os novos arranjos e mudanças nos espaços de culturais.

A cultura popular e folclórica é um bem do povo, mas em meio aos avanços da modernidade o capitalismo coloca essas tradições como bens de consumo sendo passível de reprodução em larga escala, tal fato foi denominado por Baudrillard (1995) *universalidade*, onde toda informação seja cultural ou histórica é absorvida sob a



mesma forma simultaneamente. A modernidade, portanto não contribui para a inclusão da cultura popular como um meio de afirmar a identidade cultural.

De acordo com Bosi (1992), existem duas linhas de divulgação da cultura: uma onde a massa deve absorver os padrões oferecidos para poder incorporar-se como elemento da civilização e as diversidades encontradas nas classes populares e regionais servem como item de diversão para as massas das zonas urbanas, um exemplo é o que acontece com as festas juninas (regionalismo exposto para todo o Brasil saindo da esfera regional e passando para a nacional) e a segunda corrente acredita que ainda existem grupos a margem da sociedade que iludida pelo consumismo poderia despertar e libertar o restante da sociedade bastaria que existissem lideranças que construíssem com esse processo de “libertação social”.

A mobilização de todos os recursos culturais dentro de uma minoria étnica (ativação das relações de parentesco, do sistema de cargos, das festas, etc.), pode corresponder tanto a uma última forma de resistência, a uma espécie de congelamento do patrimônio cultural étnico, como a um recurso que permita à comunidade encontrar vias de adaptação. (CANCLINI, 2003; p. 235).

Acredita-se em uma resistência por meio do povo para adaptar-se a modernidade sem perder suas características culturais de forma a perpassar seus valores. O que podemos dizer então é que os meios de comunicação expõem de diferentes modos o popular, mas não sabemos como acontecem essas mudanças e articulações dentro da classe.

Segundo Ortiz (1988), quando a elite local perde poder surgem os estudos da cultura popular procurando formas de refazer o equilíbrio entre as classes por meio das temáticas regionais. Contudo tais estudos esquecem de colocar essas tradições como elemento de resistência e indiferença as mudanças. Para Trigueiro (1998), é preciso distinguir o tradicional do antigo e modernidade do que é atual, se tal diferenciação não ocorre as tradições param no tempo, é necessário que se saiba que antiguidade e atualidade são recortes da história do homem enquanto tradição e modernidade são as representações do mundo em qualquer época da história. Ainda segundo Trigueiro (1998), o mundo atual coexiste com as culturas tradicionais e modernas, para ele o processo de modernização não tem por intuito acabar com o folclore ou a cultura popular, essa inserção de bens modernos nas festas tradicionais não elimina a cultura folk, mas a inclui no mercado de consumo das mídias de massa.



## **O espetáculo e encantamento nas noites de São João**

O Nordeste desde quando deixou de fazer parte do Norte do país, buscou maneiras de demonstrar que o passado já existia antes mesmo das catástrofes decorridas das grandes secas do fim do século XIX, segundo Albuquerque Junior (1999) os fatos históricos e, principalmente, os de ordem cultural marcariam a origem e o desenvolvimento da consciência do “ser nordestino”. Essa identidade permitiu um recorte das memórias, invenção de tradições, e busca das origens que “ligam e religam os homens do presente ao passado” (ALBUQUERQUE JUNIOR, 1999. p. 76). Ocorre então uma reorganização discursiva e artística para resguardar as lembranças e identidades, resguardando assim os elementos ameaçados pelo mundo moderno.

Produz-se toda uma mitologia em torno da origem de cada região e da nação, em torno de fatos históricos e pessoas que são afirmadas como precursores da nacionalidade, como heróis fundadores do Brasil. Estes mitos laçam mão da memória histórica de cada área, das manifestações folclóricas, das narrativas populares e da memória pessoal de seus autores. Cada região é esse conjunto de fragmentos imagéticos e enunciativos, que foram agrupados em torno de um espaço, de uma idéia inicialmente abstrata de região. (ALBUQUERQUE JUNIOR, 1999. p.101).

Assim dentro deste recorte de memórias e narrativas o Nordeste foi sendo construído, prevaleceu o imaginário popular, as manifestações e o conjunto de fatos e idéias que a princípio foi desenhado pela imprensa do sul do país e que se instaurou como modelo de auto identificação da região.

No mês de junho é celebrada umas das festas mais tradicionais do calendário católico popular por todo o Brasil, exaltado principalmente na região Nordeste. São as festividades do ciclo junino em homenagem aos três santos do mês de junho: Santo Antônio, dia 13; São João Batista, dia 24; São Pedro, dia 29. O São João é a maior festa representativa da cultura nordestina e como tal une todas as manifestações e tradições da região nordeste.

O início destas festividades tem suas raízes dentro da cultura pagã dos antigos povos europeus, asiáticos e africanos, tais povos festejavam as divindades da fertilidade e da colheita que posteriormente foram inseridas no calendário católico. Os ritos celebravam o início da colheita, a relação do homem com a terra. Estas práticas



transpassaram os antigos ritos e se agregaram aos festejos católicos chegando à atualidade de formas diversas, preservando suas características dentro do nosso folclore.

No Nordeste as festividades juninas estão ligadas ao início da colheita de milho. Nos festejos juninos em que o real e o imaginário se encontram, e o campo chega à cidade dentro dos grandes arraiais.

O meio rural é representado no cenário urbano com influências modernas adaptando-se para dentro desta nova realidade sociocultural na qual está inserida. Mudanças como: as rodas de fogueira que em alguns lugares passaram a ser shows pirotécnicos, as comidas típicas como a pamonha, estão disponíveis em diversas lojas e supermercados e as quadrilhas juninas transformaram-se em verdadeiras empresas, substituindo as roupas remendadas, o jeito matuto e desdentado do sertanejo por luxo e beleza, a improvisação por coreografias ensaiadas, tudo isso mobilizando figurinistas, costureiros, coreógrafos, marcadores e músicos do mais alto nível.

A quadrilha junina é provavelmente o elemento cultural nordestino que sofreu maior mudança em suas características visuais, físicas e coreográficas. Para suas apresentações nos diferentes “arraiais” durante o mês de junho e início de julho, estes grupos ensaiam exaustivamente, promovem festas para arrecadação de dinheiro, montam seus grupos regionais, que em muitos casos chegam a custar o valor de um carro popular, compostos por: sanfoneiro, zabumbeiro, triangueiro, vocalistas e até mesmo, nos casos mais inusitados, saxofonistas e violinistas. O tecido de chita, composto de algodão e com gravuras grandes e coloridas, foi substituído por outros tecidos de maior durabilidade, deixando assim de fazer parte do tradicional traje matuto, apenas alguns poucos grupos ainda trabalham com esse tecido, como a quadrilha Zé Testinha do estado do Ceará, considerada a quadrilha mais antiga de seu estado com 42 anos de formação, e que é conhecida nacionalmente por seu grupo de cangaceiros.

Os atuais grupos juninos vivem entre dois mundos em uma adaptação constante. As quadrilhas juninas mantêm páginas nas diversas redes sociais digitais como twitter, facebook e outros como uma forma de divulgar seus trabalhos, temas e destaques o ano inteiro, contrapondo a isso seus temas abordados as suas apresentações em sua grande maioria trazem as histórias do Nordeste, secas, cangaço, messianismo, lendas, comidas e outros recorrentes do que chamamos de tradição nordestina, fazendo tradição e modernidade caminhar juntas em um processo de reconstrução da memória coletiva da região. Movimentam um mercado enorme que se divide entre pessoas de um determinado bairro ou até mesmo de uma cidade inteira, cooperativas e outros pequenos

negócios alternativos desde a venda de indumentárias, aluguel de equipamentos de som e iluminação, marcenaria e audiovisual (fotógrafos, empresas de filmagem, e gravação de CDs).

Acredita-se que as quadrilhas juninas surgiram na Inglaterra entre os séculos XIII e XIV, com a guerra dos cem anos entre Inglaterra e França houve entre estes países grandes trocas culturais, a França levou para seus palácios as quadrilhas que rapidamente se espalharam por toda a Europa presente entre as festividades da nobreza. No Brasil foi introduzida pela corte real portuguesa e as missões francesas que aqui estiveram, era algo presente nos grandes saraus e espalharam-se por todas as camadas sociais ganhando nova roupagem e características das diversas classes sociais tornando-se algo bem popular, no Nordeste seus primeiros registros no formato parecido ao que é atualmente decorre em meados de 1837 na cidade de Recife (Andrade apud Chianca, 2006).

No Nordeste as quadrilhas juninas são consideradas as estrelas dos festejos juninos, as pessoas se aglomeram nos grandes e pequenos festivais de quadrilhas para apreciar o espetáculo. É o momento de redescobrir o passado e segundo Albuquerque Junior (1999) reviver e retratar um lugar fantasioso que não existe mais “uma fabula espacial”, como forma de reviver este passado e de também o colocar como elemento do futuro dentro de novas reconfigurações realizadas pelos grupos juninos.

Dentro destes contextos as quadrilhas juninas mantêm as tradições do homem do campo adequando a realidade, renovando e mantendo as tradições, suas temáticas costumam abordar durante as apresentações outras manifestações culturais do cotidiano nordestino, em 2014 a quadrilha Paixão Nordestina de Fortaleza trouxe para os “arraiás” o tema “Não tenha medo”, abordando lendas urbanas e rurais como, o boi da cara preta, a perna cabeluda, a loira do banheiro, o chupa cabra entre outros. Estes temas são trabalhados desde o casamento matuto até as músicas sendo um conjunto de informações para o público e os jurados que os assiste.



Figura 1 Quadrilha Paixão Nordestina (Fortaleza/CE) e seus "bois da cara preta" no festival interestadual da cidade de Mossoró 2014. Foto: Rodrigo Rocha.



Existe entre os grupos juninos dos diferentes estados disputas diversas, festival Nordestão (com representantes de cada estado do nordeste), campeonato nacional de quadrilhas (com quadrilhas de todos os estados do Brasil), campeonatos interestaduais (como o da cidade de Mossoró e Paraíba).

Contudo uma das disputas mais acirradas e que chega ao patamar de campeonato mais importante pelos grupos é o festival regional de quadrilhas da Rede Globo de Televisão transmitido dentro do programa São João do Nordeste. O primeiro festival desta natureza data do ano de 1995 quando as tvs afiliadas do grupo Globo de Comunicação no Nordeste passaram a copiar um modelo de festival junino já adotado pela afiliada em Recife segundo Chianca (2006).

O programa São João do Nordeste é uma parceria da Rede Globo de Comunicação junto a suas afiliadas no Nordeste: Tv Bahia e Tv São Francisco (ambas na Bahia), Tv Alvorada e Tv Rede Clube (Piauí), Tv Gazeta Digital (Alagoas), Inter Tv (Rio Grande do Norte), Tv Grande Rio e Tv Asa Branca (Pernambuco), Tv Mirante e Tv Rio Balsas (Maranhão), Tv Verdes Mares (Ceará), Tv Paraíba e Tv Cabo Branco (Paraíba), e Tv Sergipe (Sergipe).

Estas emissoras produzem conteúdo para ser apresentado em 4 programas durante o mês de junho finalizando com um programa específico somente de quadrilhas com 8 representantes dos estados e mais duas do estado sede onde a transmissão é realizada, totalizando dez concorrentes. Dentro destes programas é abordada a música nordestina, as manifestações que ocorrem durante este período, tais como, as festas dos santos, a festa do pau da bandeira em homenagem a santo Antônio na cidade de Barbalha/CE, os grandes 'arraiás' que se formam em Campina Grande, Mossoró e Caruaru, os grandes shows populares na praça marco zero em Recife, a culinária nordestina, o trem do forró, entre outras manifestações que acontecem durante o mês de junho em todos os estados da região nordeste. Em cada ano existe uma homenagem a um ícone da cultura nordestina, como no ano passado em que os programas foram dedicados a Anastácia parceira do cantor Dominginhos.

Os programas são produzidos em linguagem fácil de modo a colocar o telespectador em reconhecimento de si mesmo, tanto pela utilização de dizeres fáceis e comuns a eles, como também pelo conteúdo produzido, que costuma ser um espelho de suas realidades. Existe por parte do programa São João do Nordeste uma tentativa de aproximação do que é produzido com a vida cotidiana de quem assiste, abordando as tradições e revivendo as culturas e festas dos diferentes estados, isto caracteriza uma



forma de regionalização da mídia, um processo que se faz necessário em tempos de globalização, como aponta Lima (2010), esse processo de regionalização serve para uma manutenção e reconfiguração das tradições no cenário atual.

Mídias regionais utilizam discursos do cotidiano... Geralmente, essas mídias definem o território e constroem a sua própria identidade (...) O espaço de difusão do veículo coincide, assim, com um espaço natural de identidade regional que substancia a identidade e a razão de ser do próprio ideário de informação. (LIMA, 2010: p.210)

Utilizar dos movimentos culturais e das tradições é uma forma de fazer o telespectador se identificar dentro do conteúdo e criar uma aproximação com aquilo que é transmitido, deixando de ser algo estranho a sua realidade, tais estratégias são pensadas para “criar e expandir o local e o regional” Lima (2010; p.212).

O ponto alto do programa é a disputa entre as quadrilhas juninas, cada uma defendendo seu estado e suas tradições, abordando temas como a fé, religiosidade, seca, cangaço entre outros temas ligados a vida rural e cotidiana do Nordeste. As quadrilhas produzem verdadeiros espetáculos para o público presente na arena e para os telespectadores, utilizando de recursos visuais e pirotécnicos para enriquecer suas apresentações, os jurados por sua vez analisam a animação, coreografia (onde passos tradicionais são obrigatórios), figurino, e estética.

O momento da competição é a hora em que os grupos deixam de lado o simples fato de fazer São João fazendo surgir a competitividade e as “rixas” entre os quadrilheiros.

Ora, para os grupos de competição, esses concursos são ocasiões excepcionais de circulação de imagem e dos projetos – estéticos políticos e culturais – de cada grupo que, através deles, têm acesso a uma visibilidade social mais ampla, seja pela transmissão ao vivo do evento, seja por meio de uma publicidade ou matéria de jornal televisivo. Os festivais reanimam, assim, as identificações e aproximações entre os grupos, estimulando suas concorrências e rivalidades preexistentes – aspecto que os concursos menores tendem a regular localmente, através da mobilização de uma rede mais limitada. (CHIANCA, 2006; p.149)

Este é o momento de intercâmbio entre os grupos dos diferentes estados, onde os mesmos analisam a maneira como cada lugar trabalha sua regionalidade, seus aspectos culturais e evidenciam as peculiaridades de cada estado, como desenvolvem suas temáticas, as inovações e materiais usados, ou seja, as apresentações servem como espelho para as demais quadrilhas se modificarem e se renovarem no ano seguinte.



Figura 2: Quadrilha Capelinha do Forró-BA, vice campeã do Festival Regional de Quadrilhas rede Globo Nordeste 2014.



Figura 3: Quadrilha Luar do Sertão, campeã do Festival Regional de Quadrilhas rede Globo Nordeste 2014.

Dentro desta perspectiva do intercâmbio cultural e midiático essa pesquisa busca abordagens de entendimento das reconfigurações recorrentes dentro deste elemento que é um dos principais símbolos do São João do Nordeste, as quadrilhas juninas. Avalia as relações entre comunicação, modernidade e tradição, as transformações e seus efeitos, quando a sociedade entra em um processo de massificação. Esclarecendo até que ponto é folclore, verificando como os meios de comunicação se apropriam e reconfiguram a cultura e a tradição do povo nordestino, pesquisando se existe uma perda de identidade da cultura nordestina.

## **Objetivos**

### **Geral**

Analisar a forma de representatividade das tradições nordestinas nas quadrilhas juninas que se apresentam dentro do programa São João do Nordeste da rede Globo de televisão.

### **Específicos**

Descrever as quadrilhas juninas na modernidade, seus aspectos históricos e sociais.

Avaliar mudanças aparentes nas quadrilhas juninas buscando os fatores que condicionaram tais alterações, a mídia, a modernidade ou os dois.

Detalhar como os grupos juninos abordam as tradições juninas de seus respectivos estados dentro do programa São João do Nordeste.

Verificar se existe um estereótipo do nordestino abordado dentro do programa.

Compreender a apropriação da mídia televisiva na espetacularização das quadrilhas juninas.



## **Metodologia**

Esta pesquisa terá como aparato as teorias de Folkcomunicação partindo dos estudos de Marques de Melo (2008) e outros pesquisadores que atualizam e contribuem constantemente para fortalecer as teorias folkcomunicacionais como Schmidt (2006) e Gadini e Woitowicz (2007).

No que concerne as tradições e reconfiguração dos festejos juninos alguns estudos servem como referência para a construção dos caminhos a serem desenvolvidos por esta pesquisa, abordados em Trigueiro (1998), Chianca (2006), Amaral (1998), Hobsbawn (1997), e Cascudo (2011).

O papel dos meios de comunicação, assim como os processos de transformação das culturas populares será embasado em Adorno (2000), Canclíni (2003), Bosi (1992), Martin-Barbero (1997), Valle (1988), e Ortiz (1988) e (1996).

A base de dados ainda em construção consistirá inicialmente em dois recortes temporais, primeiro o ano de 2014, onde faremos uma análise dos vídeos dos programas exibidos, para mostrar como é o programa e no que consiste, o segundo recorte será no ano de 2015, fazendo um acompanhamento com o grupo junino Cheiro de Terra da cidade de Horizonte/Ce, que é a atual representante do estado do Ceará e que no ano de 2015 busca uma nova classificação para participar do certame de 2015. Este recorte micro, visando um único grupo tem por objetivo traçar os caminhos feitos por esta quadrilha até a seletiva estadual, analisando a construção do trabalho, acompanhando o processo com costureiras, regional (banda do grupo), diretores dos grupos, brincantes e a comunidade envolvida, tais dados servirão para verificar as práticas sociais que são desenvolvidas para que este grupo apresente seu trabalho durante os festejos juninos.

## **Conclusões**

Esta pesquisa ainda em fase inicial se propõe a discutir se as quadrilhas juninas ultrapassam os discursos imagéticos que norteiam o imaginário do Brasil sobre o Nordeste e de que forma estes grupos adentram na memória do nordestino para refazer sua história e suas referências culturais, trazendo para o cenário urbano e midiático atual as lembranças e percepções de fatos já tão distantes da cultura urbana das capitais nordestinas.

O São João é a maior manifestação da cultura nordestina, agrega diferentes formas de celebração, mobilizando cidades e pessoas de diferentes lugares. Com os grupos juninos ocorre o mesmo fenômeno de mobilização para encontrar raízes próprias com coreografias, cores, música e indumentárias diferentes, esta é uma maneira de se



tornar diferente uns dos outros e a medida que elementos modernos são inseridos dentro de suas apresentações estes se destacam mais.

Buscamos observar estes elementos modernos que narram tradições e que visam sair das mesmas representações a tanto tempo repassadas de geração em geração, tentando contar a história do Nordeste de outras formas e cores. As quadrilhas juninas buscam sair do óbvio do que seja o São João, refazendo as representações da cultura nordestina. As apresentações deixaram de ser o matuto com roupa rasgada dançando ao som de uma sanfona e de um triângulo, a participação nos grandes festivais televisionados requer bem mais que passos ensaiados.

Em uma primeira análise é possível afirmar que a mídia contribui para essas novas reconfigurações adotadas pelas quadrilhas juninas, uma vez que, os grupos dos nove estados disputam entre si uma vaga para participar do certame e por consequência se tornar um grupo diferenciado por obter o título de melhor do estado e talvez do Nordeste. O processo de regionalização da mídia é fundamental para impulsionar as mudanças tanto na festa do São João e principalmente nas quadrilhas. Esperamos no decorrer da pesquisa aprofundar as análises sobre a influência da mídia nesse processo de mudanças das quadrilhas e como se desenvolve a participação dos grupos nestes grandes eventos midiáticos.

## **Referências**

ADORNO, Theodor W. et. al., **Teoria da cultura de massa**. Comentários e seleção de Luiz Costa Lima. 6. Ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

AGROSINO, Michael. **Etnografia e observação participante**. Tradução José Fonseca. Porto Alegre. Artmed, 2009.

ALBUQUERQUE JUNIOR, Durval Muniz de. **A invenção do Nordeste e outras artes**. Recife. Ed. Massangana; São Paulo, 1999.

ALMEIDA, Alfredo D'. **Folkmídia: a mediação da cultura popular pelos meios de comunicação de massa de Beltrão a Luyten**. Disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista15/artigos%2015-4.html> Acesso em 27 de agosto de 2014.

AMARAL, Rita de Cassia de Mello Peixoto. **Festa à Brasileira - Significados do Festejar no País que 'Não é Sério'**. 1998. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8134/tde-21102004-134208/> Acesso em 23 de agosto de 2014.



BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade do consumo**. São Paulo: Edições 70. 1995.

BOSI, Alfredo. **Cultura Brasileira: temas e situações**. 2ª Ed. Ática. 1992.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. Tradução Heloisa Pezza Cintrão e Ana Regina Lessa. 4º Ed. São Paulo. Ed. USP. 2003.

CASCUDO, Luís da Câmara. **Antologia do folclore brasileiro**. 5 ed- São Paulo. Global Editora. 2001.

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

COELHO, Teixeira. **O que é Indústria Cultural**. 35. Ed. São Paulo: Brasiliense, 1993.

GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz. **Noções básicas de Folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões**. Ponta Grossa. Editora UEPG. 2007.

HOBSBAWN, Eric; RANGER, Terence. **A invenção das tradições**. Tradução de Celina Cardim Cavalcante. 3ª Ed. São Paulo. Editora Paz e Terra. 1997.

LIMA, Maria Érica de Oliveira. **Mídia Regional: indústria, mercado e cultura**. Natal. EDURN, 2010.

MARTIN-BARBERO, Jesús, **Dos Meios as Mediações, comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro. Ed UFRJ. 1997.

MARQUES DE MELO, José. **Mídia e cultura popular: História, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo. Brasiliense. 1988.

\_\_\_\_\_. **Um outro território: ensaio sobre a mundialização**. São Paulo: Olho D'água, 1996.

SCHMIDT, Cristina. **Folkcomunicação na Arena Global: avanços teóricos e metodológicos**. 1ª ed. São Paulo. Editora Ductor. 2006.



TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **O São João de Campina Grande/PB na mídia: um estudo de Folkcomunicação**. 1998. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/alaic/gt8.html> Acesso em 27 de agosto de 2014.

VALLE, Edênio, José J. **A cultura do povo**. 4ª ed. São Paulo. Instituto de Estudos Especiais. 1988.