

AS MARCAS CULTURAIS DAS FESTAS POPULARES DO MÊS DE JUNHO NO BRASIL E EM PORTUGAL: O ESTUDO DO FOTOJORNALISMO DOS PERIÓDICOS *CORREIO DA MANHÃ* E *TRIBUNA DO NORTE*¹

Élmano Ricarte de Azevêdo Souza²

1. Introdução

O estudo foi concentrado nas fotos produzidas e publicadas pelos jornais *Tribuna do Norte*, com sede no município de Natal, Rio Grande do Norte (nordeste do Brasil), e *Correio da Manhã*, com sede na cidade de Lisboa, Portugal, durante o período do mês de junho de 2012, em que são realizadas as manifestações culturais populares voltadas para as homenagens aos santos católicos Santo Antônio, São João e São Pedro (celebrados, respectivamente, nos dias 13, 24 e 29 de junho).

Santo Antônio é festejado no dia 13 de junho. Santo Antônio também é conhecido como Santo Antônio de Pádua ou Santo Antônio de Lisboa. Nasceu em Lisboa, no dia 15 de agosto de 1195, e morreu em Pádua, em 13 de junho de 1231. Foi monge da Ordem Franciscana e doutor da Igreja. É o santo patrono de Portugal e carrega o menino Jesus em seus braços. [...] São João Batista, o anunciador de Cristo – a comemoração de seu nascimento foi fixada em 24 de junho. Quando viu ao longe a fumaça da fogueira, Maria soube que sua prima Isabel dera à luz naquele dia um menino, chamado João, que não só preparou a vinda do Messias como o batizou, nas águas do rio Jordão. [...] São Pedro – é representado nos Evangelhos como o primeiro apóstolo. Nos momentos decisivos, em que a missão de Cristo envolve crise, é ele o porta-voz dos

¹ Esta pesquisa é um resumo apresentado em dissertação no Programa de Mestrado em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte, com o título de: *As marcas culturais das festas populares do mês de junho no Fotorjournalismo dos periódicos Correio Da Manhã e Tribuna Do Norte*.

² Graduado em Comunicação Social habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte UFRN, com graduação sanduíche na Universidade Católica Portuguesa em Lisboa. Mestre na linha de Pesquisa de Produção de Sentido do Programa de Pós-graduação de Estudos da Mídia da UFRN. Investigador do Grupo de Pesquisa - Imagem, Comunicação, Cultura e Sociedade, IMACCUS, e do Grupo de Pesquisa - Pragmática da Comunicação e da Mídia, PRAGMA, ambos da UFRN. Integrante do Grupo de Estudos BOA-VENTURA - CCHLA/UFRN, em convênio com a Universidade de Coimbra-Portugal. Membro da Rede de Pesquisadores em Folkcomunicação - Rede FOLKCOM. E-mail: ricarteazevedo@gmail.com.

apóstolos. O santo é comemorado no dia 29, data da sua morte. É o guardião das portas do céu e o comandante das chuvas. Nasceu em Betsaida, Galileia. Pescador de Carfanaum, tornou-se discípulo de Jesus, que o escolheu como líder do colégio apostólico (LUCENA FILHO, 2012, p. 46; 47; 48).

Após a coleta de todas as edições dos jornais mencionados no período relacionado, selecionaram-se reportagens jornalísticas que estivessem claramente de acordo com o objetivo geral pretendido: investigar e analisar como é produzido o significado das marcas culturais sobre as manifestações populares em homenagem aos santos católicos do mês de junho nas fotografias jornalísticas dos periódicos *Tribuna do Norte* e *Correio da Manhã* no mês de junho de 2012. A atenção direcionou-se para os aspectos e elementos emblemáticos da cultura popular daquelas cidades presentes nas fotografias jornalísticas.

Como aporte teórico e metodológico, 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), com base na fotografia utilizada como uma carta, um mapa sociocultural. De forma sintética, a Fotocartografia Sociocultural configura-se em: 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 (por meio do turismo, agricultura e pesca).

Em cada uma das fotografias jornalísticas selecionadas, o significado de sua representação na cultura popular não está diretamente revelado ao leitor, com a leitura daquela imagem impressa. Nesse aspecto, a folkcomunicação auxilia a identificar como a mensagem está presente no cenário sociocultural local, que passa a produzir

sentido àquela imagem, e revela aspectos que podem estar ocultos no quadro fotográfico como o saber tradicional, a devoção, as simpatias e heranças de eras pagãs agregadas ao catolicismo durante os séculos.

A fotografia jornalística, enquanto ofício, é encarada como mediação entre o mundo e o leitor do periódico, buscando trazer ao interpretante uma parcialidade dessa cultura em honra aos santos católicos do mês de junho. Assim, podem ser reportadas manifestações culturais presentes em uma sociedade.

Propõe-se uma compreensão de como a cultura popular pode ser codificada pelos autores da fotografia jornalística. E, ao realizar-se uma leitura destas imagens, entende-se o homem como “um ser dotado da capacidade de organizar a sua cultura e a sua sociedade a partir da produção de conhecimento, por meio da linguagem e dos modos de vida” (NOBRE, 2011, p. 50). Isto é, a fotografia jornalística como um operador social que pode auxiliar a decifrar a cultura. Por sua vez, a cultura é em si um ingrediente social importante para a organização de uma sociedade, porque é, de acordo com Flusser ([19__?], p. 3), um “conjunto de fenômenos ligados entre si ‘simbolicamente’”, sendo um mapa simbólico, como discute Nobre (2011), vindo a auxiliar na localização do homem no mundo, com a sua leitura. Ou seja, a fotografia no jornalismo, ao tratar sobre a cultura popular, pode trazer representações dos fenômenos de uma cultura local e ser um signo sobre aquela cultura. Eis a busca deste trabalho, ao investigar o fotojornalismo sobre a cultura popular.

2. AS FOTOGRAFIAS DO JORNAL *TRIBUNA DO NORTE*

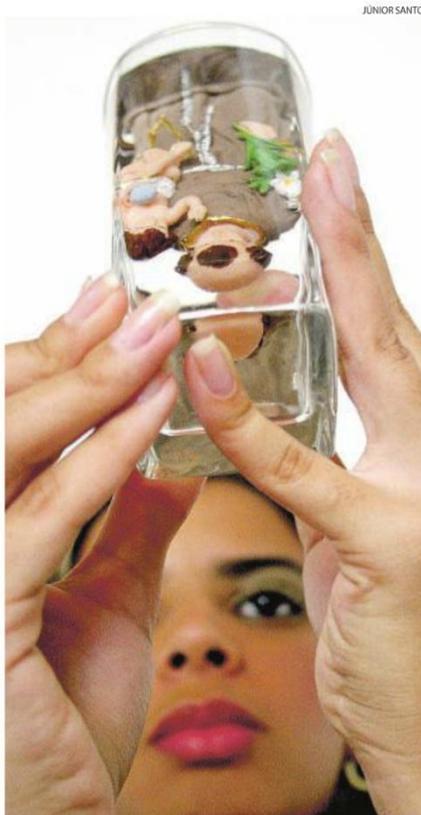
Como herança da tradição pré-cristã, as sociedades de matriz cultural católica, como parte do Brasil e Portugal, mantêm traços dos festejos populares em reverência aos seus santos, na qual há uma hibridização entre o que é dito como católico e tratado como pagão. Uma delas é a população da região metropolitana, mas também de todo o município de Natal, com cerca de 1 milhão e 400 mil habitantes (BRASIL, 2010), capital do estado do Rio Grande do Norte (nordeste brasileiro). Na região metropolitana do município de Natal, as principais festas são em homenagem a São

João ocorrem 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 da grande Natal como São Gonçalo do Amarante, Extremoz, Parnamirim, Ceará-Mirim, Macaíba, São José de Mipibu, Nísia Floresta, Monte Alegre e Vera Cruz. São, em sua maioria, festas com procissões e carreatas com fiéis pelas ruas das cidades, feiras de comidas típicas da região nordeste à base de milho, como canjica, mungunzá e pamonha, arraias em vias públicas, quadrilhas juninas e concursos de quadrilhas matutas e estilizadas, realizados pelas emissoras InterTV Cabugi e TV Ponta Negra, filiadas, no Rio Grande do Norte, da Rede Globo e do SBT, respectivamente.

Quando essas festas e manifestações populares foram impressas nas páginas do jornal *Tribuna do Norte*, em termos quantitativos, no mês de junho de 2012, foram publicadas 10 reportagens e três chamadas sobre o tema em análise.

Para efeito de apreciação, recortou-se o material coletado e foram selecionadas duas dessas reportagens e manchetes para investigar as suas fotografias por serem as mais emblemáticas sobre a cultura popular. A primeira a ser analisada foi a fotografia da manchete publicada no dia 10 de junho de 2012 (SANTO, 2012):

Imagem 1: “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, 2012 (SANTO, 2012).

A imagem 1, do fotógrafo Júnior Santos, mostra, em cores, uma jovem olhando, em segundo plano sem foco e em um enquadramento em plano detalhe para mãos, em primeiro plano com foco, alguém segurar uma imagem de Santo Antônio virada de cabeça para baixo. A fotografia jornalística foi realizada com ângulo contrapicado. Dessa forma, a escolha desse ângulo, o uso desse foco apenas na mão e na imagem do santo, e a composição da imagem com o desfoque para o rosto da devota, mas com o enquadramento de seus olhos atentos, sugerem que o destaque da fotografia seja voltado para o santo de ponta-cabeça, proporcionando o sentido de que há algo centrado entre a sua ação e o fato de a imagem estar ao inverso.

A imagem 1 representa uma simpatia. O significado desse 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 que “mobiliza as forças e poderes ocultos para satisfazer nossos desejos”. O ritual da simpatia não é uma prática prescrita pela Igreja Católica, mas de origem na cultura do povo. No caso da imagem 1, constata-se a simpatia normalmente realizada por mulheres solteiras, nos festejos antoninos, que solicitam alguém com quem se relacionar amorosamente a Santo Antônio, conhecido popularmente no Brasil e em Portugal como santo casamenteiro. As mulheres que praticam tal ato geralmente pedem para que o santo “arranje” um marido a elas. É uma das simpatias mais populares de todo o Brasil, em que a imagem de Santo Antônio é colocada de cabeça para baixo, a fim de que o pedido seja atendido. As devotas colocam o santo na posição que mostra a imagem 1, fazem o seu pedido a ele e o deixam assim até que “encontre” um noivo para casar em seu dia, celebrado em 13 de junho.

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

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 a Santo Antônio é uma herança greco-romana praticada com as imagens dos deuses da guerra e da fortuna.

Logo, o sentido da imagem 1, de uma forma mais aprofundada, quando observamos essas nuances na cultura popular e os significados cuja cena pode trazer

implicitamente, é de um saber tradicional, composto por uma herança trazida de geração em geração.

No dia 22 de junho de 2012, o caderno *Fim de Semana* trouxe uma manchete (imagem 2) que remete a duas reportagens. A fotografia jornalística mostra uma quadrilha junina em formação de coreografia. A imagem 2 percorre quase 90% de toda a página³ para chamar o leitor para o conteúdo seguinte dentro do suplemento. O fotógrafo Aldair Dantas optou por um ângulo contrapicado, enquadrando as bandeirolas, ao fundo, e buscou dar ênfase à coreografia e ao cenário dispostos na cena retratada, revelando a alegria presente naquele ambiente, com base nos elementos que são visíveis na imagem. A quadrilha representada na imagem 2 faz parte das festas que acontecem na Rua São João, no bairro de Lagoa Seca, no município de Natal, Rio Grande do Norte, Brasil, como parte das comemorações em honra ao santo primo de Jesus Cristo.

³ A página de tal caderno, no jornal *Tribuna do Norte*, tem 30 cm x 20 cm, e é uma edição destinada apenas para o fim de semana.

Imagem 2: “LAMPEJOS DE SÃO JOÃO: *Fim de Semana* visita tradicional da rua São João, em Lagoa Seca (...)” (VIVANE, 2012, p. 6).



Autor: Aldair Dantas, sem data (VIVANE, 2012, p. 6).

A rua é transformada em um arraial, um lugar onde se unem os devotos para celebrar e prestar honras a São João. Vários elementos simbólicos fazem parte desse cenário e um deles aparece em destaque com muitas cores. Trata-se das bandeirolas com várias pequenas bandeiras ou fitas coloridas. A presença delas, nessa festa, remete e significa, segundo Cascudo (1985), um antigo costume de purificação por meio da água. Os devotos, a cada ano, realizam a “lavagem do santo” nos rios próximos às capelas em que o santo do dia é padroeiro. Como representação desse ato, as bandeirinhas eram postas molhadas de um lado para o outro nas ruas ou no arraial para purificar os que passassem por baixo delas. Dessa forma, todos que passassem pelo espaço da festa podiam se sentir abençoados pelo santo como anteriormente acreditavam estar ao banhá-lo nas águas do rio. Por essa razão, ao escolher o ângulo contrapicado na imagem 2, o fotógrafo não apenas capta os componentes da coreografia e seus trajes, mas também a bandeirola como elemento

importante para atribuir sentido àquela cena, remetendo àquele conhecimento anterior da benção pela água. Assim, a imagem 2 significa o local abençoado pelo ato de fé dos devotos, um lugar em que todos celebram com a família e amigos.

3. AS FOTOGRAFIAS DO JORNAL *CORREIO DA MANHÃ*

Na área metropolitana da cidade de Lisboa, as principais festas são em homenagem a Santo António e ocorrem nas áreas turísticas como na Praça Restauradores, na região do cais, no pavilhão Atlântico e ainda nos municípios da Área Metropolitana de Lisboa: 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 de Santo António na Catedral da Sé na cidade, feiras populares como a de Festas das Sadinhas, apresentações ao ar livre em praças e logradouros públicos com artistas locais e convidados e as Marchas Populares, as quais reúnem os habitantes das freguesias para desfilarem e se apresentarem com trajes estilizados ao som de marchas com temas de cultura local ou elementos naturais da região lisboeta como o fado, personalidades ou fauna e flora locais.

Ao serem retratadas essas festas e manifestações populares por meio do jornalismo impresso nas edições do *Correio da Manhã*, em termos quantitativos, no mês de junho de 2012, publicaram-se 28 inserções jornalísticas (que variam entre notas e reportagens), reportagens e duas chamadas sobre o tema em análise.

A título de ilustração para este artigo, foram selecionadas apenas três 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.

O ponto alto das festas populares de junho em Lisboa dá-se na véspera do dia de Santo António, homenageado em 13 de junho, quando acontece o evento “Casamentos de Santo António”, realizado na Sé de Lisboa, localizada no bairro da Mouraria. Essa Igreja traz um simbolismo para os católicos daquela cidade, pois foi a

igreja na qual o santo local foi batizado, recebeu a primeira comunhão, e onde ele realizou alguns milagres como, quando fazia parte do coral, e sentindo-se mal, em meio a uma canção, ter sustentado a sua mão na parede de pedra, deixando a sua forma lá e, em seguida, passando a aparecer ao lado do coral. Esse episódio ficou conhecido como Milagre da Bilocação (estar em dois lugares ao mesmo tempo). É importante ressaltar ainda que “[...] Santo Antônio é muito acariciado 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). Assim, o santo nascido em Lisboa é o principal personagem dessa festa e 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 1,5 euros”. A primeira reportagem traz três fotografias sobre o “Casamentos de Santo António”. Escolheu-se a imagem 3 para representar essa reportagem, por trazer o maior número de noivos e expor melhor a cena do casamento naquela igreja. Em plano geral de pessoas, ocupando parte das duas páginas, a fotografia mostra 11 casais selecionados pela Câmara Municipal de Lisboa para se casarem nesse dia, véspera de Santo Antônio, naquela igreja. A fotografia significa, com esse enquadramento, a quantidade de casamentos realizados e da sua realização na Sé de Lisboa. Esta imagem pode representar um vasto número de casais que escolhem a data para se casarem justamente nesse dia por acreditarem na intercessão do Santo Antônio para sua concretização. Além disso, a fotografia vem testificar essa tradição popular relacionada ao santo de Lisboa, como uma prova de seus milagres intermediados junto a Deus.

Imagem 3: “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).



Fonte: CARVALHO, 2012, p. 26.

O jornal *Correio da Manhã*, dessa forma, aproxima-se dos seus leitores ao trazer um evento popular e típico da cultura local. Ao ser olhada essa marca cultural, dentro das origens pagãs das celebrações em homenagem aos santos católicos do mês de junho (período relacionado ao solstício de verão no Hemisfério Norte), encontra-se a celebração da fertilidade com um grande número de jovens casando-se, e dos quais é esperado que os filhos perpetuem a cultura e a tradição locais. Outro ponto não enquadrado nessa imagem é a saída dos casais em cortejo, em carro aberto, e centenas de pessoas os saúdam como reis e rainhas enquanto um elemento de alegria pela renovação daquela fertilidade vinda com a força do sol, nos cultos pagãos, e, ao mesmo tempo, nos católicos, com a devoção ao santo conterrâneo popular por unir casais em Portugal.

No dia 13 de junho de 2012, o jornal *Correio da Manhã* publicou a imagem 4, a qual traz uma das marcas culturais mais típicas das festas em Lisboa, as sardinhas.

Imagem 4: “Sardinha assada atrai centenas ao bairro de Alfama” (NOGUEIRA, 2012: p. 27).



Fonte: NOGUEIRA, 2012, p. 27.

As sardinhas fazem parte da culinária da festa portuguesa do mês de junho em todo o país. São marcas da fartura da atividade econômica da pesca naquele ano e, ao mesmo tempo, são a alegria de uma festa, pois enche a mesa, a qual é servida acompanhada de pimentões, pão e bebida a gosto. Lucena Filho (2012, p. 107) relata que

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 4, pode-se observar que essas marcas estão presentes no enquadramento em plano geral de pessoas, em uma mesa farta em primeiro plano, com convidados e amigos ou familiares, em um momento de descontração, em uma rua lisboeta transformada em um grande banquete ao ar livre. Em segundo plano, observa-se a estação do ano: pleno verão (a ver pelos trajés

utilizados) e se nota uma grande movimentação em torno do local de lisboetas e turistas.

Na imagem 5, em cores, vê-se a marca cultural maior de toda a festa de Lisboa, as Marchas Populares.

Imagem 5: “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).



Fonte: CARVALHO, 2012: p. 27.

As Marchas Populares são elementos da cultura de Lisboa, as quais remontam uma antiga tradição de lavar os rostos nas bicas dos logradouros públicos durante a madrugada das noites de verão, em que os participantes 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 que revela união. Nas noites de 12 e 13 de junho, em alegorias, os participantes descem a Avenida da Liberdade (antigo limite da cidade entre mouros e cristãos) até a Praça dos Restauradores (ABEL, 2006). 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.

Na imagem 5, o mito popular de que a cidade teria sido fundada pelo lendário Ulisses é o tema da Marcha da Freguesia da Ajuda (um bairro popular da capital portuguesa).

A imagem 5 enquadra, no primeiro plano, em plano americano, 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 interpretante e a representação visual, dando um aspecto de que o observador está a desfilir pela marcha. A perspectiva da imagem traz a dimensão da festa local e o tamanho da marcha que desce a Avenida da Liberdade. A imagem simboliza o valor dado a essa tradição nascida no âmbito popular, nas ruas da cidade do fado, em uma forma única de se manifestar e dar sentido à vida de seus habitantes.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Constata-se que, apesar de reportar sobre essas manifestações e representações da cultura popular, a fotografia jornalística dos periódicos escolhidos para análise resgata parcialmente o sentido daquela cultura popular. Assim, com base na discussão trazida com a metodologia e na teoria abordada sobre a fotografia jornalística, a investigação buscou desvendar o que não ficou dito pelo retrato impresso nos jornais. Isto é, a cultura popular foi tratada superficialmente, com um aparente propósito de venda de edições daqueles jornais, não entrando no tema *cultura popular*, com o intuito de trazer as manifestações e representações em sua essência, entendendo sua forma de ver o mundo, trazendo ao leitor os sentidos e os significados mais apurados. As informações que as duas metodologias e teorias aplicadas

trouxeram foram importantes para atingir outras camadas daquelas imagens, como o saber e a herança tradicionais locais trazidas em cada representação visual.

Há uma marca da cultura popular nos jornais *Tribuna do Norte* e *Correio da Manhã*, entretanto trata-se de um ponto de vista hegemônico, ou seja, que traz aquele tema como um conhecimento menor, não válido, exótico, de uma aparente sociedade distante, com estética de cartão postal, quando, na verdade, é parte da mesma sociedade cujos jornais estão inseridos. Observa-se que, por meio da cultura popular, é construída uma imagem a qual não põe aquela tradição como um conhecimento válido, quando não discute o significado daquelas marcas dentro do contexto da cultura popular, mas sob os aspectos do espetáculo, do evento dentro do cenário turístico e econômico.

5. REFERÊNCIAS

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

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.

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

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

FLUSSER, Vilém. **Como ler sintomas**. Berlim, [19__?]. Manuscrito não publicado, Arquivo Vilém Flusser.

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

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.

PEIRCE, Charles Sanders. **Collected Papers.** Vol. I-VIII. Cambridge: Harvard University Press, 1931-1958.

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

VIVANE, Gladis. Arraial com as bênçãos de São João. **Tribuna do Norte**, Natal, 22 jun. 2012. Caderno Fim de Semana, 2012, p. 6-7.