

## **Comunicação, Cultura Popular e Carnaval – Uma Análise Sobre as Produções da Revista Intercom e dos Anais dos Congressos Intercom Regional Sul<sup>1</sup>**

Édson Luís DUTRA<sup>2</sup>

Roberto TIETZMANN<sup>3</sup>

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – Porto Alegre, RS

### **RESUMO**

O Brasil é um país reconhecido por sua pujança e pluralidade das manifestações da cultura popular, recebendo a influência dos nativos e de diversos povos. Essa integração de formas de ser, pensar, agir e expressar suas ações e valores contribuiu para a estruturação das mais variadas formas de cultura (MADRUGA, BIEMBENGUT, 2016). Hall (1997) e Veiga-Neto (2003) definem cultura como movimentos sociais que expressam e/ou comunicam um significado, sem esquecer que tais movimentos ganham contornos diferentes para cada grupo social, engendrado nas relações interpessoais e com o ambiente. Neste conjunto de costumes e saberes, as manifestações culturais assumiram, também, papel de representantes identitárias das comunidades. Dentre as manifestações de cultura popular mais significativas do Brasil está o Carnaval. Cabral (2011) relembra que, no Rio de Janeiro, quando ainda capital nacional, a imprensa organizava a cobertura carnavalesca dividindo a folia em dois grupos: o Grande Carnaval, nos clubes e sociedades; e o Pequeno Carnaval, formado pelos blocos, cordões, ranchos e escolas de samba. Modelos de festa e cobertura semelhantes a estes se espalharam pelo país, incorporando características regionais. Foi através das escolas de samba que o Carnaval se constituiu como símbolo da cultura popular no país, tornando-se um foco de atenção inclusive acadêmico. Para além da festa, Baltar (2016) salienta que a escola de samba carrega em sua gênese e atuação uma série de expressões artísticas - dança, música, cenografia, figurino - e elementos não artísticos, que corroboram a importância de sua existência, como o sentimento de pertencimento. O Carnaval também ganhou *status* mercadológico dentro do capitalismo cultural a partir dos anos 70, principalmente, com a chegada maciça da cobertura televisiva dos desfiles (SIMAS; FABATO, 2015). É neste momento que a escola de samba deixa de ser apenas um instrumento de cultura e passa a trazer outros aspectos para a sociedade, envolvendo, por exemplo, economia (comércio, serviços, geração de emprego e renda), política, assistência social. A partir disso, se faz necessário compreender a cultura popular e o carnaval também pelo viés comunicacional que suas complexidades estão relacionadas. Nesta comunicação, parte de uma pesquisa de mestrado em andamento, questionamos: qual é a presença de estudos sobre Cultura Popular, principalmente Carnaval, a partir da análise da produção científica apresentada na Revista Intercom e nos anais do Congresso Regional da Intercom Sul, entre os anos de 2017 e 2021? A múltipla face do carnaval desperta, em pesquisadores, interesse em aprofundá-la dentro da academia como objeto de estudo. É curioso que o mundo inteiro se encante - e por vezes se aproprie - com a forma essencialmente brasileira de se utilizar a narrativa das

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na DT 6 – Interfaces Comunicacionais do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 16 a 18 de junho de 2022.

<sup>2</sup> Mestrando do Curso de Jornalismo da FAMECOS-PUCRS, e-mail: edson.dutra@pucrs.edu.br.

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da FAMECOS-PUCRS, e-mail: rtietz@pucrs.br

escolas de samba para contar fatos e, por vezes, a realidade do país (CUNHA, 2015). Produzir conhecimento e retroalimentar a ciência através de publicações são ações predispostas aos cientistas da informação (TARGINO, 2016). Para além das pesquisas de sua própria essência, os estudos da Comunicação também se apoiam no registro e amplitude das ações socioculturais que, por vezes, servem de base para manutenção de seus pilares. A produção científica em Comunicação apresentou crescimento nos últimos anos, conforme mencionam Lucas, Aguado-Guadalupe e Herrero-Curiel (2021), com expressivo espaço para temáticas que envolvem jornalismo, educação midiática e internet. Buscando aprofundar a análise entre comunicação e cultura popular/carnaval, foram escolhidos como objeto de estudo a Revista Intercom, qualis A2, produzida pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM), e os anais produzidos nos Congressos de Ciências da Comunicação na Região Sul (Intercom Sul). Para os procedimentos metodológicos, utilizamos do princípio do Estados do Conhecimento (MOROSINI; KOLHS-SANTOS; BITTENCOURT, 2021), que vem a ser a pesquisa sobre pesquisas, a reflexão científica sobre uma determinada área do conhecimento num espaço de tempo delimitado. Este tipo de pesquisa possibilita o contato com dados que já foram tratados pelo viés científico e revisado por pares. Sendo assim, foram realizadas consultas ao sítio eletrônico da Revista Intercom e também da plataforma *Scielo* para acesso ao acervo dos anais da revista no período de 2017 a 2021. Neste recorte de acervo constam 159 artigos, 27 resenhas, 10 entrevistas e 03 editoriais. O site da Intercom também abriga a página do Congresso Regional Sul, onde foram consultados os anais dos congressos anteriores no período de 2017 a 2019. Nos anos de 2020 e 2021, por conta da pandemia da Covid-19, não houve publicação de trabalhos apresentados em congressos regionais. Como recorte nesta consulta, foram explorados os trabalhos publicados na seção de Divisões Temáticas, na categoria Interfaces Comunicacionais, resultando num total de 33 artigos. Os pesquisadores utilizaram como descritor a palavra “Cultura”. Os resultados obtidos foram agrupados em categorias como propõem Lima (2010) e Carvalho e Souza (2013), que indicam a categorização para relacionar objetos que se aproximam por conta de suas características formais. Com os trabalhos encontrados na filtragem da pesquisa, constituíram-se as seguintes categorias: Cultura, Cultura Digital, Cultura do Medo, Cultura Empreendedora e Cultura de Massa. Dentro dos grupamentos elaborados, as categorias de *Cultura* e *Cultura Digital* foram as mais encontradas na pesquisa, com 03 e 02 trabalhos, respectivamente. É possível assim, apontar que os dois grupos se relacionam entre si, ao passo que, enquanto os trabalhos da categoria *Cultura* dialogam sobre a influência da cultura em ações de modificação do âmbito local e social através da comunicação, os estudos de *Cultura Digital* apresentam cenários de transformação social através dos avanços digitais inseridos nas ações comunicacionais dos indivíduos. Essa relação é visualizada e corroborada por Mendes (2015) que aponta que a construção de uma realidade comum para um grupo social se dá através do partilhamento do conhecimento elaborado a partir das representações sociais que configuram a interligação de cultura e sociedade. Entretanto, não foram encontrados trabalhos que, por ventura, pudessem se encaixar na categoria de Cultura Popular, da mesma forma que em nenhuma das pesquisas o Carnaval é mencionado como objeto. A partir disso, podemos considerar que os estudos voltados ao campo dos movimentos culturais fogem da perspectiva de pesquisa da Comunicação. Lóssio e Pereira (2007) salientam que a comunicação, através de sua gama de símbolos, gestos, estrutura e potencialidade, pode exercer forte influência na valorização da Cultura Popular. Os autores destacam ainda que com o

avanço da tecnologia da informação pontos importantes da cultura popular ganham novos aspectos, gerando um redimensionamento cultural das manifestações que corroboram para a construção da identidade nacional. A presente pesquisa sugere maior exploração da temática pelo viés comunicacional, pois o mesmo tem papel fundamental na compreensão da sociedade e na formação perspectiva de sua evolução. Contudo, os pesquisadores não se furtam de revisitar o estudo futuramente na busca pela compreensão do caminho científico da Comunicação para com a Cultura.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cultura; Cultura Popular; Produção Científica; Intercom

## REFERÊNCIAS

BALTAR, A. In: **CURSO LIVRE DE JORNALISMO PARA CARNAVAL**, 1. 2016, Rio de Janeiro.

CABRAL, S. **Escolas de Samba do Rio de Janeiro**. São Paulo: Lazuli Editora: Companhia Editora Nacional, 2011.

CARVALHO, M. L. G.; SOUZA, M. Categorização/Classificação. **Cadernos CESPUC de Pesquisa Série Ensaio**, n. 23, p. 13-18, 2013. Disponível em: <<http://periodicos.pucminas.br/index.php/cadernoscespuc/article/download/8298/7179>>. Acessado em 19 abr. 2022

CUNHA, M. **Carnaval é Cultura - Poética e Técnica no Fazer Escola de Samba**. São Paulo: Senac São Paulo, 2015.

HALL, S. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação e Realidade**, n. 2, v. 22, p. 5, 1997. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71361/40514>>. Acesso em: 18 abr. 2022.

LIMA, Gercina Ângela Borém de Oliveira. Modelos de Categorização: Apresentando o modelo clássico e o modelo de protótipos. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 15, n. 2, p. 108-122, jun. 2010. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/919>>. Acesso em: 19 abr 2022.

LÓSSIO, R. A. R; PEREIRA, C. de M. A importância da valorização da cultura popular para o desenvolvimento local. In: Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 3., 2007, Salvador. **Anais eletrônicos** [...] Salvador, p. 1-10, 2007. Disponível em: <[http://www.cult.ufba.br/enecult2007/RubiaRibeiroLossio\\_CesardeMendoncaPereira.pdf](http://www.cult.ufba.br/enecult2007/RubiaRibeiroLossio_CesardeMendoncaPereira.pdf)>. Acesso em: 19 abr. 2022.

LUCAS, E. R. de O.; AGUADO-GUADALUPE, G. .; HERRERO-CURIEL, E. Dinâmicas da produção científica brasileira em revistas da área de Comunicação na Web of Science. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, SP, v. 19, n. 00, p. 01-15, 2021. Disponível em: <http://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/8666250/27163>. Acessado em: 18 abr. 2022.



MADRUGA, Z.E. de F; BIEMBENGUT, M. S. **Modelagem & aleg(o)rias**: um enredo sobre cultura e educação. 1. ed. Curitiba: Appris, 2016.

MENDES, N. S. et al. Cultura e território: uma relação de poder com o espaço dominado. **Espacios**. v. 36, n. 8, p. 17-23, 2015.

MOROSINI, M. C.; KOHLS-SANTOS, P.; BITTENCOURT, Z. **Estado do Conhecimento**: Teoria e Prática. Curitiba: Editora CRV, 2021.

SIMAS, L. A.; FABATO, F. **Pra tudo começar na quinta-feira**: o enredo dos enredos. 1 ed. Rio de Janeiro: Mórula, 2015.

TARGINO, M. das G. Produção e comunicação científica como estratégias da formação profissional do cientista da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v.45, n. 1, p.127-140, 2016. Disponível em: [http:// http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/1890/3425](http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/1890/3425). Acessado em: 18 abr. 2022.

VEIGA-NETO, A. Cultura, culturas e educação. **Revista Brasileira de Educação**, n. 23, p. 5-15, 2003. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbedu/a/G9PtKyRzPcB6Fhx9jqLLvZc/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em 19 abr. 2022.