

PANDEMIA E CULTURA POPULAR: O ESPAÇO VIRTUAL COMO FERRAMENTA DE VALORIZAÇÃO DA CULTURA POPULAR PRODUZIDA POR MULHERES NO PROJETO “MULHERES EM CENA”

PANDEMICS AND POPULAR CULTURE: THE VIRTUAL SPACE AS A TOOL TO VALUE POPULAR CULTURE PRODUCED BY WOMEN IN THE “MULHERES EM CENA” PROJECT

Israela Rana Araújo Lacerda

Universidade Federal da Paraíba (UFPB)
rannabasilio20@outlook.com

Yasmin de Andrade Alves

Universidade Federal da Paraíba (UFPB)
yasminandradealves99@gmail.com

Luciana Eleonora de Freitas Calado Deplagne

Universidade Federal da Paraíba (UFPB)
lucianaeleonora@yahoo.com.br

Resumo. O espaço da produção de mulheres na cultura popular, infelizmente, ainda se encontra nas margens de um cânone de formação androcêntrica. Artistas são muitas vezes tituladas como coadjuvantes e não inseridas em espaços de formação e de valorização da cultura popular, seja em academias, em antologias, ou em festivais, onde comumente a divulgação das expressões artísticas populares fica restrita àquelas de autoria masculina. Segundo Santos (2010), isto tem como causa o forte patriarcalismo enraizado na sociedade brasileira, onde, mesmo em tempos hodiernos, vincula-se o espaço cultural popular à figura masculina. Como espaço de contraposição a esse cenário de silenciamento das vozes femininas, foi criado o projeto de extensão “Mulheres em cena: o protagonismo das mulheres na cultura popular”, da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). O projeto objetiva dar visibilidade e divulgar a produção de mulheres que atuam nas diversas manifestações da cultura popular. Em 2020, devido à pandemia da Covid-19, para manter seus objetivos, foram realizadas algumas adaptações nas ações do projeto, a fim de adaptar o que seria presencial ao espaço virtual, através de blogs e redes sociais. Desse modo, o objetivo desta comunicação é apresentar como o projeto permanece realizando atividades para difundir o papel das mulheres no âmbito da cultura popular mesmo em tempos de pandemia. Com uma metodologia teórico-prática e bibliográfica, tem-se como base os estudos de Zumpthor (2007), Santos (2010), Lemaire (2010), Paulin (2015), dentre outros. Assim, ações extensionistas como o “Mulheres em Cena” promovem a valorização, em qualquer circunstância, da força da cultura popular de autoria feminina.

Palavras-chave. Cultura Popular. Mulheres em Cena. Protagonismo Feminino. Pandemia.

Abstract. The space for the production of women in popular culture, unfortunately, is still on the margins of a canon of androcentric formation. Artists are often titled as assistants and not inserted in spaces of formation and appreciation of popular culture, whether in academies, in anthologies, or at festivals, where the dissemination of popular artistic expressions is usually restricted to those of male authorship. According to Santos (2010), this is due to the strong patriarchalism rooted in Brazilian society, where, even in modern times, the popular cultural space is linked to the male figure. As a space of opposition to this scenario of silencing female voices, the extension project “Women on stage: the role of women in popular culture” was created, from the Federal University of Paraíba (UFPB). The project aims to give visibility and publicize the production of women who work in the various manifestations of popular culture. In 2020, due to the Covid-19 pandemic, in order to maintain its objectives, some adaptations were made in the project's actions, in order to adapt what would be in person to the virtual space, through blogs and social networks. Thus, the purpose of this communication is to present how the project continues to carry out activities to disseminate the role of women in the context of popular culture even in times of pandemic. With a theoretical-practical and bibliographic methodology, it is based on the studies of Zumpthor (2007), Santos (2010), Lemaire (2010), Paulin (2015), among others. Thus, extension actions such as “Mulheres em Cena” promote the valorization, under any circumstances, of the strength of popular culture of female authorship.

Keywords. Popular Culture. Women on the scene; Female protagonism. Pandemic.

INTRODUÇÃO

A cultura popular representa um conjunto de saberes de um povo, relacionados às suas memórias, histórias e identidades, cuja materialidade se constrói pelas experiências e heranças culturais transmitidas em grande parte pela circularidade da palavra oral. As culturas populares, de fato, reúnem elementos e tradições associados à dinâmica da oralidade e de sua movência, performatizados na diversidade de suas manifestações artístico-culturais, incluindo o artesanato, as músicas, as danças, as festas, as narrativas e modalidades poéticas, dentre outros. Essas tradições orais, pela carga simbólico-ancestral que possuem, perpassam séculos sem perder o vigor ao se refazerem, graças ao empenho de quem transfere essa cultura e à repetição contínua de geração em geração. Logo, notamos que, apesar dos tempos serem outros, elas se readaptam às demandas da sociedade. Quando se fala em cultura popular, expressões culturais orais e contemporaneidade, precisamos sempre atrelar a isso a capacidade de adaptação, posto que, em tempos tecnológicos – nos quais se foca em cultura de massa, ou seja, aquela produzida pela indústria capitalista e veiculada nos meios de comunicação – há uma tendência a invisibilizar o espaço do imaginário popular. Entretanto, como a cultura popular se nutre da transmissão popular, ela nunca morre, refaz-se em sua autenticidade e sua autonomia em relação à mercantilização cultural no sistema capitalista.

Observa-se que, da mesma maneira que os “jornalistas nômades”, sujeitos que faziam suas poesias em cadernos volantes¹, com o acesso à imprensa, passaram a vender em praças e vilarejos seus impressos, apropriando-se da tecnologia do seu tempo (a impressa), ocorre também hodiernamente com as novas linguagens e suportes que possibilitam a perpetuação das artes populares.

Essas expressões populares, infelizmente, são muitas vezes postas nas sociedades de classe de maneira dicotômica e hierárquica com a cultura hegemônica, gerando uma oposição entre os termos “popular” e “erudito”. De um lado, a cultura popular, associada ao simplório, homogêneo, conservador; de outro, a cultura erudita, considerada “superior” e eleita como mais “cult”. Contudo, devemos lembrar que nenhuma cultura é superior a outra, cada uma carrega suas heranças culturais e sociais, que se desenvolvem segundo fatores que envolvem a diversidade cultural e os espaços possíveis nas sociedades de classe. Os pesquisadores Marcos

¹ Colocar uma nota para jornalistas nômades e a referência da informação.

e Ignez Ayala chamam a atenção para o processo político e ideológico de caracterização da cultura popular como um sistema homogêneo, estanque e reproduzidor de valores conservadores, apontando, ao contrário, outras caracterizações que melhor a definem: a complexidade, a heterogeneidade e a ambiguidade. Se, por um lado, as manifestações populares podem expressar.

[...] as concepções de mundo que atuam no sentido de manter e reproduzir a dominação, a exploração econômica, enfim, as desigualdades entre os diversos setores da população. Simultaneamente expressam a consciência que seus produtores e consumidores têm dessa desigualdade e de sua própria situação, subordinada, na estrutura social, veiculando, também, pontos de vista e posições que contestam a ideologia dominante, podendo, portanto, para contribuir, não para a reprodução, mas para a transformação da estrutura social vigente. (AYALA; AYALA, 1987, p.58).

A partir destas considerações acerca da cultura popular em sua capacidade de se refazer às novas demandas sociais e seu poder transformador da ordem vigente, pretendemos neste artigo apresentar o projeto “Mulheres em Cena: protagonismo das mulheres na cultura popular”, vinculado à Pró-Reitoria de Extensão da Universidade Federal da Paraíba (PROEX-UFPB) e ao NUPPO (Núcleo de Pesquisa e Documentação da Cultura Popular).

O projeto partiu de duas inquietações: uma de ordem curricular, no que tange à dissociação das práticas educativas nos cursos de Letras com o contexto histórico-cultural da cultura popular; e outra que diz respeito à ausência de conhecimento e divulgação do protagonismo de mulheres na produção da cultura popular. A proposta do projeto é buscar estratégias para incluir na formação discente o conhecimento sobre as manifestações da cultura popular de autoria feminina, promovendo em escolas e espaços de cultura exposições, palestras, apresentações de mulheres artistas nas mais diversas performances da cultura popular, com o intuito de valorizar, disseminar, informar e levar esses saberes populares protagonizados por mulheres. Diante disso, pretendemos apresentar como o projeto permanece realizando atividades para difundir o papel das mulheres nos recintos populares em tempos de pandemia, lançando mão das tecnologias de comunicação e redes sociais como, *Instagram*, *YouTube*, *GoogleMeet* etc.

Adotaremos uma metodologia de caráter teórico-prático, uma vez que a intenção é de apresentar algumas discussões acerca das mulheres da cultura popular, bem como as ações realizadas durante o projeto. Para tanto, sobre cultura popular, basear-nos-emos nos estudos e Marcos e Maria Ignez Ayala (1987) e nas contribuições do pesquisador Zumthor (2015) sobre

performance. Acerca da autoria feminina das performances orais, consultamos os estudos de Lemaire (2010), Deplagne (2010), Francisca Santos (2010), Paulin (2015), entre outras. Destarte, ressaltamos a importância de dar visibilidade à cultura popular, sobretudo a produção feminina dessas manifestações culturais, considerando dois componentes que possuem uma coisa em comum: existência e resistência.

REFLEXÕES, PONTOS E CONTRAPONTO SOBRE A CULTURA POPULAR

Através dos fluxos migratórios permitidos pela sociedade global, deparamo-nos com um grande fluxo de pessoas, deslocamentos causados por fuga, fome, miséria, emprego, catástrofes naturais, conflitos étnicos, territoriais, religiosos. Isto corroborou para acentuar os intercâmbios culturais, ou seja, a fusão criativa das manifestações artísticas. A possibilidade de conhecer culturas diversas gerou o que chamamos de cultura popular. Segundo Ayala (2015), ela

[...] é a *necessidade* [...] em que solidariedade, auxílio mútuo, vida comunitária são importantes para a existência de suas diferentes manifestações [...] e fazem parte da vida das pessoas que manifestam suas dores, suas alegrias, seus prazeres, enfim se reconhecem como gente pelo que fazem em grupo, em sociedade, em suas comunidades. (AYALA et al., 2015, p. 10)

Segundo a pesquisadora, a cultura popular é uma necessidade para sociedade, um auxílio, um norte, onde pessoas se expressam e refletem esses valores de geração em geração. Já para Paulino (2015):

Culturas populares se referem, na nossa visão, à produção tanto do passado quanto do presente das classes populares. Ou seja, é a cultura criada e vivida pelos segmentos sociais aliados do poder econômico e político, tolhidos no seu direito de participação e decisão em diversas situações que ditam o jogo social. Convém lembrar que as classes populares abrangem segmentos sociais diferenciados e que produzem expressões culturais também diferenciadas (PAULINO, 2015, p. 276)

O pesquisador traz à tona o caráter moderno da cultura popular, ou seja, as expressões populares, que, mesmo existentes há séculos, ainda perduram no contexto cultural. Segundo Paulin (2015), isso se deve ao caráter firmado e resiliente do imaginário popular. Neste sentido, na perspectiva de Ria Lemaire (2010), a tradição oral não se acaba, pois ela não depende do discurso intelectual, isto é, ela se constrói através das práticas populares, por isso a importância dessa memória e da repetição dos valores e saberes. Logo, tendo esse caráter flexível, em pleno século XXI é possível observar vários locais com suas raízes populares intactas, onde, ao invés dos meios de comunicação em massa, internet, capitalismo apagam essas tradições, elas, pelo

contrário, usufruem desses meios para se difundirem ainda mais. É o que Physthon (2005) afirma sobre a integração da cultura popular ao modelo capitalista global:

Nesse sentido um mercado de bens culturais também se readapta na atual realidade: O momento em que a cultura periférica não apenas passa a ser percebida pela cultura central, como passa a ser consumida na metrópole; o ponto em que a diferença cultural passa a ser encarada como estratégia de marketing. A ‘diferença’ torna-se ponto de partida para a integração ao modelo capitalista global, especialmente em relação aos bens culturais. (PRYSTHON, 2005, p.10)

Consoante Paulin (2015), o mercado capitalista utiliza de arquétipos da cultura popular para vender seu produto. Por exemplo, em épocas juninas vemos em mercados e lojas decorações tipicamente juninas e festivas, que são características do Nordeste desde os tempos mais remotos. Dessa forma, a cultura popular moderniza-se, adapta-se, mas não perde o mais importante, a sua essência, pois “comporta elementos de resistência à cultura hegemônica, mas também assimila elementos da mesma. Por outro lado, abriga valores que são universais e, portanto, transcendem classes sociais, nacionalidades, etnias”. (PAULLINO, 2015, p. 276)

Contudo, apesar de toda essa importância e capacidade de resiliência, as expressões populares ainda são subjugadas pelo discurso dominante, pois esses choques também provocaram uma hierarquização. Essas manifestações são vistas em perspectivas marginalizadas pela sociedade devido seu caráter “popular”. No Brasil, isso ocorre devido à elite europeia, vinda para cá no século XIX, ter tido bastantes privilégios para divulgar seus ideais culturais, influenciando uma massa e considerando ruim tudo aquilo que tangenciasse os seus costumes, surgindo então a famosa disputa do discurso intelectual e da tradição oral. Sabemos, segundo Lemaire (2010), que ao final desse embate à cultura popular pode se reinventar através da demanda da sociedade, mas ainda permanece conhecida como culturas de caráter não hegemônicas. Todavia, essa cultura não deve ser reconhecida somente como “sobrevivência do passado no presente”, como dizia Ayala (2015), pois

[...] essas comunidades e suas atividades culturais são contemporâneas, fazem parte da população, embora não sejam reconhecidas como protagonistas culturais. As expressões orais, não podem ser somente determinadas CULTURAS orais, devido a coexistência de múltiplas temporalidades, ou seja, como aquilo que não só dá identidade, no sentido de fazer a diferença, como no sentido de fazer parte da vida das pessoas que manifestam suas dores, alegria, prazeres e se reconhecem pelo seu grupo e comunidade. (AYLA et al., 2015, p. 10)

Dessa forma, precisamos entender que a cultura popular não é algo à margem, à parte da sociedade. Ela está presente em tudo – em atos, pessoas, artes, lugares – e seu caráter é mais contemporâneo do que nunca. Sendo assim, precisa tomar seu lugar, ou melhor, dividir seu

espaço com as demais culturas. Diante disso, não devemos tratá-la como algo exótico e subordinado, mas como uma expressão que também constrói sociedades por estar na base delas. Conseqüentemente, se ela modula um coletivo, também impacta os indivíduos e suas especificidades – seja de forma positiva ou negativa. Por meio desse caráter de movência, é válido examinar o lugar das mulheres nesses cenários das culturas populares, historicamente dominados por homens.

Santos (2010) confirma que essas mulheres, ao decorrer da história, foram excluídas no discurso historiográfico, pois essa cultura folclórica sempre era vinculada à figura masculina. A pesquisadora ressalta ainda que o registro dessas mulheres só se tornou conhecido graças a testemunhas auriculares, isto é, pessoas que confirmaram a existência das mulheres atuando na cultura popular através de relatos em textos, em cantorias, em repentes, como em relatos de repentista que peleja com uma mulher e testemunha esse embate em forma de folheto. Apesar da existência desses relatos, o apagamento dessas mulheres da cultura popular era e é muito nítido, devido a força do “[...] patriarcalismo que tentou de todas as maneiras impedir o desenvolvimento feminino nos espaços públicos” (SANTOS, 2010, p.208).

Esse caráter androcêntrico ocorre de diversas maneiras. Há artistas homens que não dividem seu espaço com mulheres, pois acham que sua arte ou performance é superior às delas. A pesquisa de Santos (2010) discute essa questão de gênero em relação às repentistas mulheres, que não pelejavam, pois os homens não as achavam dignas do embate, ou simplesmente por medo de perder para uma mulher e ter sua arte colocada em xeque pelos outros camaradas. Essas situações dão a mulher um lugar de coadjuvante, de mera espectadora, ou como diz Nóbrega (2015), “um lugar margeante”.

Diante de todo um cenário análogo, mulheres até hoje desafiam o machismo e cada vez mais estão tomando seu espaço na cultura popular. Segundo Lemaire (2010), o que mais tem corroborado para difusão das tradições femininas é a performance, sendo esta a principal estratégia de resistência. Através da performance e sua ação pedagógica como arte teatral, com presença de público, as mulheres que performam conseguem passar para outras testemunhas que vão divulgar, repetir e manter esse conhecimento vivo, atrair outras mulheres, que, pela representatividade, também começarão a se familiarizar com os gêneros populares.

Uma outra característica que auxilia as mulheres é a capacidade de adaptação das práticas orais, a movência. Este conceito criado por Zumthor (2015) seria a recriação da memória, ou seja, com o passar do tempo performances são recriadas, porém, sua essência não é retirada. O conceito mostra, assim, como mulheres inspiram outras e passam suas artes através dos tempos, tomando seu espaço e apropriando-se desse imaginário. Outro conceito importante desenvolvido pelo pesquisador é a performance do corpo como instrumento de disseminação dos saberes populares. A enunciação dos cantos, das narrativas, das poesias orais é modalizada não apenas pela voz, mas por toda uma linguagem corporal. Para Zumthor (1997 p. 33),

A performance é a ação complexa pela qual uma mensagem poética é simultaneamente, aqui e agora, transmitida e percebida. Locutor, destinatário, e circunstâncias (quer o texto, por outra via, com a ajuda de meios linguísticos a presente ou não) se encontram concretamente confrontados, indiscutíveis. Na performance se redefinem dois eixos da comunicação social: o que junta o locutor ao autor; e aquele em que se unem a situação e a tradição.

Utilizando do estudo feito por Paulin (2015), citado anteriormente, as mulheres – da mesma forma que os homens utilizavam a imprensa para divulgar sua arte popular – hoje utilizam as tecnologias, os meios de comunicação, as redes sociais e também outras mulheres para ocupar espaços. Assim, tornam-se como a cultura popular: resilientes, fortes e adaptáveis. Apesar de haver situações de adversidade, sempre houve mulheres que desafiaram a ordem estabelecida e romperam as clausuras do espaço doméstico, conseguindo participar das cenas culturais de seus contextos. Apesar dos preconceitos não apenas de gênero, mas também de classe e de cor,

“muitas mulheres fizeram parte do mundo da poética da voz e cantaram [...]. Sua presença é verificada nesse universo não somente pelo grau de mediação exercida através da oralidade, contando histórias, lendas e causos, narrados, senão em público, entre seus familiares, mas também pela participação em cantorias, construindo nesse campo o mundo da poesia da voz, conforme apresenta-nos o testemunho dos poetas que com elas cantaram (SANTOS, 2010, p. 247)

A partir do agenciamento e da resistência dessas mulheres, aos poucos foi surgindo a motivação para criação de espaços que confirmassem esse poder feminino no âmbito da cultura popular e que, acima de tudo, pudessem quebrar estereótipos, tabus e padrões colocados como barreiras para a participação das mulheres nas tradições populares. Nessa perspectiva, situa-se o projeto “Mulheres em Cena: Protagonismo das mulheres na cultura popular”, como um espaço para divulgar a produção de mulheres através de suas próprias vozes e performances.

O PROJETO “MULHERES EM CENA”: ADAPT(AÇÕES) METODOLÓGICAS EM CONTEXTOS PANDÊMICOS.

A partir das últimas décadas do século XX, com a crítica literária feminista, intensificam-se as pesquisas acerca da participação das mulheres na sociedade e o resgate de obras de autoria feminina que ficaram à margem do cânone no cenário brasileiro. Esses estudos resgataram romancistas, contistas, poetisas, dramaturgas, e promoveram o questionamento acerca de um espaço que ainda é lacunoso no que diz respeito às mulheres, que é o da cultura popular. Elas foram excluídas do discurso historiográfico, pois estudos, antologias, festivais, eventos promotores da cultura popular, majoritariamente privilegiam a produção de autoria masculina.

Segundo Santos (2010), veem-se as mulheres presentes na cultura popular através de representações e pouco como agentes produtoras, dessa forma:

Para que possamos efetuar o resgate dessas mulheres para a história cultural brasileira, uma das principais fontes de pesquisa são os estudos folclóricos [...] a presença de “uma terceira pessoa – a testemunha, que está presente como ‘terceiro [...] para testemunhar para trazer a verdade, ou a prova da verdade’”. São as testemunhas oculares e auriculares que ouviram, viram, repetiram e transmitiram em seus versos informações sobre as produções poéticas e performances dessas mulheres [...] olhar e boca desses terceiros, as testemunhas evidenciam a existência de um território no qual se pode constatar que elas cantaram. (SANTOS, 2010, p. 208)

Muitas vezes, essas testemunhas ofuscam a participação feminina, ou até mesmo desqualificam sua arte. Logo, a ausência de um espaço feminino na cultura popular, não só é refletido na Paraíba, onde o Mulheres em Cena atua com mais precisão, mas em todo Brasil. Os principais fatores que impedem essas mulheres de adquirirem uma maior projeção estão na falta de um Teto todo seu², a falta de documentação de suas produções culturais, pesquisas sobre suas obras e a inclusão de autoria feminina em obras de difusão da cultura popular. O principal objetivo do projeto é fornecer esse espaço possível para mulheres, divulgar, informar, valorizar sua arte, sua pesquisa e seu protagonismo. Sabemos que é crucial levar à escola e à comunidade em geral reflexões acerca da pluralidade de gêneros da cultura popular – cordel, repente, xilogravura, fábulas, contos, teatro popular etc. – e do lugar das artistas promotoras da cultura popular ao longo dos tempos. Trazer produções fora do cânone acadêmico possibilita

² Referência ao título de um ensaio feminista da escritora inglesa Virginia Woolf (1929). Ela adere essa expressão para denunciar que as mulheres precisariam de um lugar, espaço, teto todo seu para se expressarem, publicarem e serem escritoras/artistas.

WOOLF, V. Um teto todo seu. 1 ed. São Paulo: Tordesilhas, 2014.

discussões maiores para formar um sujeito social sem preconceitos étnicos, linguísticos e literários.

Como principal guia, temos consciência de que cultura oral também é indubitavelmente importante para a formação do indivíduo, pois o conhecimento vincula-se ao que se escuta e se vê. Segundo Lemaire (2010) a narrativa oral constitui os conhecimentos de uma sociedade e é através de seu público que ela decide o que vai difundir.

A estratégia pedagógica e didática das civilizações da oralidade é a da performance; baseia-se numa arte teatral, dramática, e na presença de um público coator e coautor do conhecimento. É esse público, testemunha ocular e auricular da performance que vai, em seguida, transmitir, por sua vez, o conhecimento: criar inúmeras testemunhas auriculares que vão repeti-lo, divulgá-lo e, fazendo assim, contribuir para que o conhecimento seja salvaguardado. A memória e também o esquecimento do conhecimento dependem de todos esses coatores e coautores, são o resultado de uma decisão – consciente ou inconsciente – da comunidade toda; esse fazer e refazer, criar e recriar, inventar e reinventar constituem a essência e a *conditio sine qua non* da existência de uma tradição oral (LEMAIRE, 2010, p. 20)

Observa-se que os estudos acerca dos agentes das culturas populares silenciaram o espaço das mulheres, relegando-as a um espaço de exclusão, igualmente na academia. Diante disso, o canal de veiculação do projeto configura-se como um espaço de acolhimento e divulgação dessas poéticas da oralidade produzidas e reproduzidas pelas mulheres.

MULHERES EM CENA E PANDEMIA: ESTRATÉGIAS DE ADAPT(AÇÃO)

Diante do exposto, ao falarmos de performance, que para Zumthor (2018) é uma maneira renovadora e criativa de dissolver dicotomias obsoletas e criar uma plataforma de atuação em que a voz, o corpo e a presença do outro desempenham um forte papel, lembramos que essas mulheres apostam em sua atuação performática para disseminar cultura popular. Portanto, a performance traduz uma cultura que antes era restrita a um contexto atual. Ela é um dos fatores que alavancaram o protagonismo feminino na cultura popular. Com a difusão desses “corpos que falam”, desses “espaços que atuam”, dessas vozes e escritas que ecoam, surge, no ano de 2019, o projeto: “Mulheres em Cena: protagonismo das mulheres da cultura popular”, vinculado a Pró-Reitoria de Extensão da Universidade Federal da Paraíba (PROEX/UFPB) e ao Núcleo de Pesquisa e Documentação da Cultura Popular (NUPPO).

Coordenado pela Professora Luciana Calado Deplagne, o projeto Mulheres em Cena teve seu início no ano de 2019 com o objetivo de disseminar, valorizar, informar, difundir, dar

espaço, ao protagonismo feminino da cultura popular através de várias ações socioculturais, fazendo uma ponte entre Universidade e sociedade. No ano de 2020, o projeto esteve em sua segunda edição, mas de forma um tanto peculiar devido aos tempos de pandemia da Covid-19. Porém, como mencionado acerca da capacidade da cultura popular de não se cristalizar no tempo, observamos que uma alternativa possível para continuar as ações do projeto, seria através de ferramentas e espaços virtuais. Com uma nova metodologia, na tentativa de continuarmos em ação, reformulamos todas as atividades para demandas e públicos da internet, utilizando de plataformas como: *Gmail, GoogleMeet, Instagram, WhatsApp, YouTube*, entre outras. Dessa maneira, nosso primeiro passo foi a criação de uma programação, realizada nas plataformas citadas anteriormente.

A princípio, criamos uma logomarca para imagem do projeto. Utilizando e artifícios populares, como a xilogravura, o protagonismo e a diversidade expressada pelos vários tipos de mulheres e cores representativas, como os tons de lilás (referente ao movimento feminista) e as tonalidades de cores fortes e quentes como laranja e amarelo, representando todo calor e diversidade do povo nordestino.

Figura 1 - Logotipo do projeto

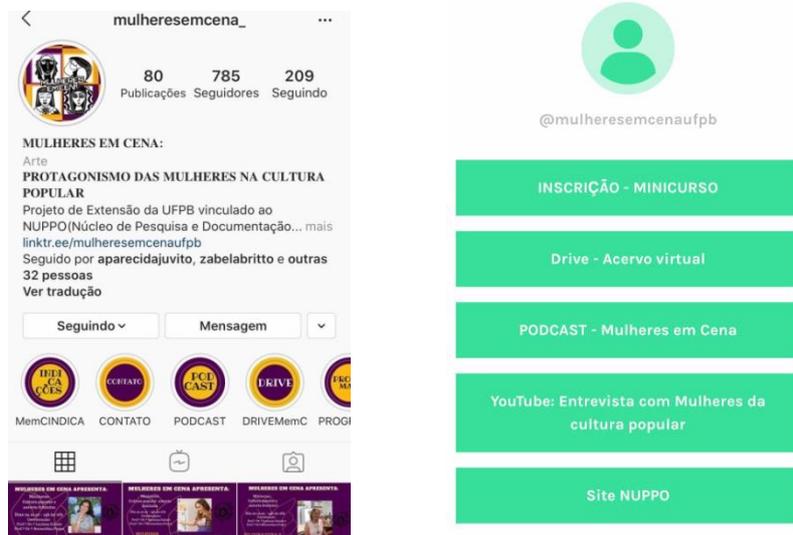


Fonte *Instagram @mulheresemcena_* (2020)

< https://www.instagram.com/mulheresemcena_/?hl=pt-br >

O segundo passo foi a criação das nossas redes sociais, *Instagram, E-mail e Linktree*³, para divulgar nossas ações e facilitar o acesso às artistas.

Figuras 2 e 3 - Perfil e acesso a outros links do projeto



Fonte: disponível no *Instagram* @mulheresemcena_ (2020)

< https://www.instagram.com/mulheresemcena_/?hl=pt-br >

O perfil é padronizado nas cores do logotipo, justamente, para criar nossa imagem original. O terceiro passo foi a criação da nossa metodologia de atividades, tendo como principal canal o *Instagram*, estipulamos de acordo com a semana e a estrutura ficou dessa forma:

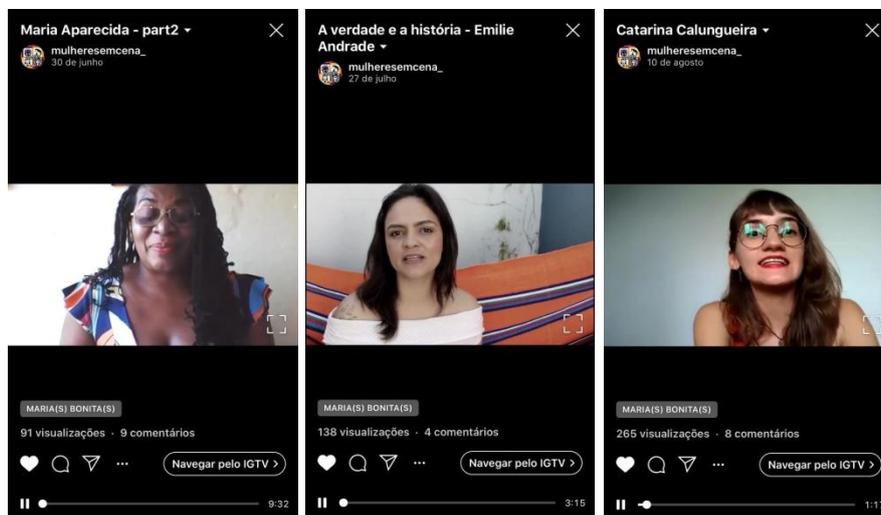
- Segunda: “Maria(s) Bonita(s) da Cultura Popular”: Divulgação de Artista (Entrevistas/ Lives/ Vídeos enviados dos próprios artistas com declamação, amostra de trabalho artesanal como (cerâmica, xilogravura, calunga, xita etc.). Essa é a atividade mais importante do projeto, pois é aqui que entramos em contato com as artistas e divulgamos o seu trabalho e arte. Além disso, é aqui que elas se expressam/performam, visto que a maneira de expressão para essas mulheres é uma manifestação que quebra fronteiras, como afirma Deplagne (2010):

³ *Instagram*: @mulheresemcena_
G-mail: mulheresemcenaufpb@gmail.com
Linktree: mulheresemcenaufpb

Outro aspecto interessante observado é a questão da *performance* enquanto ato de fala, de vozes. No caso das duas poéticas a *performance* é essencialmente importante, na medida em que é através dela que a voz feminina consegue se expressar no espaço predominantemente masculino. (DEPLAGNE, 2010, p. 203)

Nas imagens a seguir, expomos algumas mulheres que participaram do projeto, a primeira se chama Maria Aparecida, ela é cordelista da cidade de João Pessoa (PB), a segunda Emilie Andrade ou Emilie Histórias, contadora de histórias da cidade de São Paulo (SP), a terceira é Catarina, uma artesã que produz calungas do Rio Grande do Norte (RN).

Figura 4, 5 e 6 - Ações do projeto com artistas,

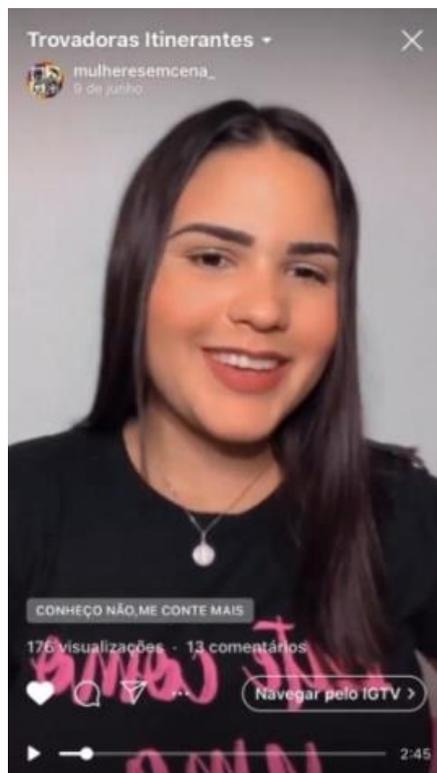


Fonte: disponível no *Instagram* @mulheresemcena_ (2020)

< https://www.instagram.com/mulheresemcena_/?hl=pt-br >

- **Terça-feira: “Conheço não, me conta mais?”**: Resenha sobre obras (filme, música, romance, obra de arte, artesanato, estudos feitos, artigos publicados etc.). A baixo temos Carina Targino colaborado do projeto explicando pro nosso público o que são as Trovadoras Itinerantes.

Figura 7 - Ação realizada no projeto, na foto Carina Targino integrante do projeto



Fonte: Disponível no *Instagram* @mulheresemcena_ (2020)

< https://www.instagram.com/mulheresemcena_/?hl=pt-br >

- **Quarta-feira: “Vish que coisa bonita!: declamando cultura popular”**: vídeo recitando cordel, trechos de músicas, trechos de peças, trechos de romances, repentes, trovas etc. feito pelos próprios integrantes do projeto. No exemplo está a bolsista Israela Rana que recita o cordel - que também virou música, das Trovadoras Itinerantes chamado: A família musical de Joãozinho.

Figura 8 - Ação do projeto, na foto Israela Rana integrante do projeto



Fonte: Disponível no *Instagram* @mulheresemcena_ (2020)

< https://www.instagram.com/mulheresemcena_/?hl=pt-br >

- **Quinta-feira: “Dedo de prosa com pesquisadorxs”:** Participação de pesquisadores – através de live no próprio Instagram ou vídeo prontos enviados pelos convidados que estudam mulheres da cultura popular, ou são mulheres que pesquisam e estudam cultura popular para falarem um pouco sobre suas pesquisas. No exemplo a seguir, a imagem mostra a divulgação de uma live com o Prof. Dr. Stélio Torquato sobre mulheres e cultura popular na literatura de cordel.

Figura 9 - Divulgação da live realizada no projeto.



Fonte: Disponível no *Instagram* @mulheresemcena_ (2020)

< https://www.instagram.com/mulheresemcena_/?hl=pt-br>

- **Sexta-feira: Podcasts: “Protagonismo feminino na cultura popular”** - nesse momento, realizamos entrevistas com várias mulheres que compõem esse imaginário: cordelistas, xilogravoradoras, trovadoras, repentistas etc. O *Podcast* foi idealizado pela colaboradora e mestranda Yasmin Andrade com a bolsista e graduanda Israela Rana, e ele ocorreu quinzenalmente todas as sextas-feiras disponível na plataforma *ANCHOR*⁴.

⁴ Aplicativo para exposição de vários podcasts, disponível no *PlayStore* e na *AppleStore*.

Figura 10 e 11 - Podcast, também uma ação do projeto



Fonte: Disponível no *Instagram* @mulheresemcena_ (2020)

< https://www.instagram.com/mulheresemcena_/?hl=pt-br >

Além dessa programação, também foi proposto atividades de caráter mais formal e acadêmico como o Minicurso: “Cultura popular e autoria feminina”, realizado via *Google Meet* nos meses de outubro e novembro, com mais de 150 inscritos. O minicurso teve por objetivo de debater sobre os vários gêneros da cultura popular e a participação de mulheres neles.

Como cita Paulin (2015), há um aproveitamento das raízes populares para demanda contemporânea. O próprio *Mulheres em Cena*, em suas cores e artes, utiliza xilogravuras, gírias, letras rústicas, aproveitando um espaço moderno para falar sobre cultura popular. Há um resgate das raízes populares. Segundo o pesquisador supracitado,

Nota-se que o mercado de bens culturais também se readapta na atual realidade: O momento em que a cultura periférica não apenas passa a ser percebida pela cultura central, como passa a ser consumida na metrópole; o ponto em que a diferença cultural passa a ser encarada como estratégia de marketing. A ‘diferença’ torna-se ponto de partida para a integração ao modelo capitalista global, especialmente em relação aos bens culturais (PAULINO, 2015, p. 258)

Essa relação de cultura popular para o discurso midiático é importante, desde que não tire a essência das manifestações populares. Portanto, mesmo com uma mudança técnica, o intuito permanece o mesmo. Agora, é importante responder: o que foi possível perceber após toda essa mudança metodológica? Primeiramente, notamos a dimensão que o projeto ganhou, com poucos meses foi alcançada marca de quase 1000 seguidores em seu *Instagram*.

Além disso, como fator principal, essa adaptação levou nossa voz para vários lugares, conhecemos mulheres artistas no Brasil e fora dele, houve a criação de uma rede de mulheres que colaboraram umas com as outras para valorizar esse arsenal. Com o grande engajamento da internet conseguimos alcançar mais pessoas, mais tradições populares orais, enviar mais informação e tornar a divulgação do projeto mais ampla e acessível.

Portanto, corrobora com o caráter dito por Ayala (2015) do caráter resiliente que possui a cultura popular, pois ela ultrapassa séculos e se (re)constrói sem perder sua originalidade. Além disso, segundo Paulin (2015), comporta elementos de resistência à cultura hegemônica, mas também assimila elementos da mesma. Por outro lado, abriga valores que são universais e, portanto, transcendem classes sociais, nacionalidades, etnias. Destarte, a cultura popular, seja presencial ou de forma remota, possui raízes na tradição reelaborada através de seu caráter dinâmico. Sujeita a contágios e influências as mais diversas (mídia, mercado, escolarização, mundialização da cultura) assume um caráter híbrido, esse fortificado pelas raízes do próprio povo que a constrói.

CONCLUSÃO

Ao decorrer dessa pesquisa, foram expostas as diagramações criadas no âmbito cultural popular. Diante disso, observamos o que essa cultura popular é atemporal, tendo em vista que ultrapassa gerações e épocas, se adapta a demanda da sociedade e do sistema permanecendo com sua essência intacta. Logo, se ela é popular tem como principal instrumento de propagação o próprio povo, a partir disso é fato que desde os séculos passados esse mesmo povo, buscou e ainda busca disseminar a cultura popular.

Contudo, essa disseminação possui (re)xistências, sejam elas de caráter cultural – devido essas manifestações não terem caráter “hegemônico” e de gênero, pois é nítido, como foi discutido, que o espaço para homens e mulheres, no cenário popular, não são divididos de maneira igualitária. Com um cenário sócio-histórico e cultural dominado pelos homens, quando falamos em cultura popular, sempre vinculamos a essas figuras, então constantemente se fala: *o cordelista, o repentista, o contador de histórias*, dentre outros. A partir disso, reflete-se o que denominamos de “androcentrismo”, isto é, tendência para colocar o masculino como sendo o único paradigma de representação coletiva, estando o pensamento masculino acima de todos os outros.

Com o pressuposto de que há uma supervalorização dos pensamentos e ideias masculinas, especialmente as conservadoras, moralistas e machistas, que não levam em conta a busca pela igualdade de direitos das mulheres, foi apresentado o projeto “Mulheres em Cena: protagonismo das mulheres na cultura popular”, que busca disseminar, justamente, o contrário, ou melhor, valorizar, disseminar, informar, difundir etc. o protagonismo feminino – que é tão marginalizado, como sendo um cenário inovador e amplo no imaginário popular. O projeto, devido ao contexto de pandemia, com o auxílio dos meios de comunicação, ganhou e está ganhando muita visibilidade através das redes sociais conhecemos diversas artistas de vários lugares diferentes, até fora do Brasil.

Além disso, percebemos que com essa nova metodologia estamos alcançando um grande público, colocando o objetivo da Extensão Universitária em prática – contato da Universidade com a sociedade. Através das tecnologias, alcançamos lugares, pessoas, artistas, e levamos a cultura popular protagonizada por mulheres para muitos espaços sem ao menos sair do lugar. Esse é o poder das manifestações populares, atravessar décadas, séculos, contexto difíceis, gerações, se adaptar a tecnologias e ainda assim transmitir o mais precioso: sua cultura.

REFERÊNCIAS

AYALA, Marcos e AYALA, Maria Ignez Novais. **Cultura Popular no Brasil**. São Paulo: Editora Ática, 1987.

AYALA, N. I. Introdução. In: M.; AYALA, N. I. M.; AYALA, M. **Metodologia para pesquisa das culturas populares: uma experiência vivenciada**. Edson Soares Martins Ed. Crato, 2015.

_____. Cultura Popular e Temporalidade. In: M.; AYALA, N. I. M.; AYALA, M. **Metodologia para pesquisa das culturas populares: uma experiência vivenciada**. Edson Soares Martins Ed. Crato, 2015.

DEPLAGNE, L. E. F. C. “Gênero em desafio: das *trobairitz* provençais às repentistas nordestinas”. In: **Rev. Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea**. Brasília, n. 35., p. 193-205, 2010.

LEMAIRE, Ria. Tradições que se refazem. **Rev. Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea**. Brasília, n. 35., p. 17-30, 2010.

NÓBREGA, Marcelo Vieira da. SANTOS, Edmilson Ferreira dos. MELO, Beliza Áurea de Arruda. (De) quem é esse corpo que fala? A performance do ser mulher e repentista no espaço androcêntrico da cantoria. In: **XI Colóquio nacional representações de gênero e sexualidades**. Campina Grande – PB, junho de 2015.

PAULINO, T. Culturas Populares: Trajetórias Conceituais e Construções de Sentido. In: Revista do GEPIIP – **Ambivalências**. Pernambuco, v.3, n.6, p. 255-278, 2015.

PRYSTHON, Ângela. Margens do Mundo: **A Periferia nas Teorias do Contemporâneo**. PPGCOM/ UFPE. Recife, 2005.

SANTOS, F. (2010). Cantadoras e repentistas do século XIX: a construção de um território feminino. In: **Periódicos de Estudos De Literatura Brasileira Contemporânea**. Brasília, n. 35, p. 207-249, 2010.

ZUMTHOR, P. Performance e Recepção. In: Zumthor, P. **Performance, recepção, leitura**. 2. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2002.

_____, P. O empenho do corpo. In: Zumthor, P. **Performance, recepção, leitura**. 2. ed... São Paulo: Cosac Naify, 2002.

_____, P. **Introdução à poesia oral**. São Paulo: Hucitec, 1997.

SOBRE AS AUTORAS

Israela Rana Araújo Lacerda

Graduanda em Letras – Língua Portuguesa, pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

Yasmin de Andrade Alves

Graduada em Letras (Português) pela Universidade Federal da Paraíba. Mestranda em Letras pelo Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL/UFPB).

Luciana Eleonora de Freitas Calado Deplagne

Professora Associada I do Departamento de Letras Clássicas e Vernáculas da UFPB, possui doutorado em Letras pela Universidade Federal de Pernambuco (2006), com estágio doutoral (com Bolsa da CAPES) na Université Blaise-Pascal, em Clermont-Ferrand, na França (2003-2004), e pós-doutorado pela Universidade Nova de Lisboa (2015-2016), com Bolsa Senior da CAPES).

Recebido em setembro de 2021

Aceito para publicação em novembro de 2021

Publicado em dezembro de 2021