

# A internet como ferramenta de Comunicação pública: o caso comparativo entre as informações virtuais dos eventos juninos de Braga e Fortaleza

*The internet as a public communication tool: the comparative case between the virtual information of the June events in Braga and Fortaleza*

*Internet como herramienta de comunicación pública: el caso comparativo entre la información virtual de los eventos de junio en Braga y Fortaleza*



e-ISSN: 1605 -4806

VOL 26 N° 114 mayo - agosto 2022 Monográfico pp. 354 - 365

Recibido 31-01-2022 Aprobado 28-04-2022

**Bruna Castelo Branco**

Brasil

Universidade Federal do Ceará - UFC

brunafanco19@gmail.com

## Resumo

Este artigo objetiva identificar como o uso da internet pode representar um espaço virtual para comunicação pública na atualidade, onde os cidadãos possam encontrar informações seguras, críveis, transparentes e com linguagem acessível; favorecendo a formação de um espaço digital democrático e educativo. O foco temático das festas juninas na cidade portuguesa de Braga e na cidade brasileira de Fortaleza justifica-se pela importância cultural dos eventos e sua dimensão nestas cidades. A metodologia consiste em apresentar um levantamento dos conteúdos disponíveis na rede de internet a respeito de informações gerais disponíveis dos eventos juninos das duas cidades sobre três eixos principais de análise: Fontes de informação, conteúdo e linguagens.

**Palavras-chave:** Internet; Festas de São João; Braga; Fortaleza.

## Abstract

This article aims to identify how the use of the internet can represent a virtual space for public communication today, where citizens can find safe, credible, transparent and accessible information; favoring the formation of a democratic and educational digital space. The thematic focus of the June festivals in the Portuguese city of Braga and in the Brazilian city of Fortaleza is justified by the cultural importance of the events and their dimension in these cities. The methodology consists of presenting a survey of the content available on the internet regarding general information available from the June events of the two cities on three main axes of analysis: Sources of information, content and languages.

**Keywords:** Internet; Feasts of Saint John; Braga; Fortaleza.

## Resumen

Este artículo tiene como objetivo identificar cómo el uso de Internet puede representar un espacio virtual para la comunicación pública en la actualidad, donde los ciudadanos pueden encontrar información lingüística segura, creíble, transparente y accesible; favoreciendo la formación de un espacio digital democrático y educativo. El enfoque temático de las festividades de junio en la ciudad portuguesa de Braga y la ciudad brasileña de Fortaleza se justifica por la importancia cultural de los eventos y su dimensión en estas ciudades. La metodología consiste en presentar un relevamiento de los contenidos disponibles en la red de internet sobre la información general disponible de los eventos de junio de las dos ciudades en tres ejes principales de análisis: Fuentes de información, contenidos y lenguajes.

**Palabras-clave:** Internet; Fiestas de San Juan; Braga; Fortaleza.

## 1. Introdução

Os seres humanos são seres sociais que por natureza necessitam articular seus desejos, sentimentos e aspirações através da prática da comunicação, que se apresenta como um processo interativo essencial entre indivíduos sociais. A dinâmica da comunicação se revela a partir de diferentes formas evolutivas de linguagens, que podem ser visuais, gestuais, verbais, dentre outras. A modalidade da escrita pode ser considerada como uma das formas mais antigas a se considerar no ambiente de vivência evolutiva humana e acompanha ainda hoje o processo comunicativo dos agentes sociais modernos da sociedade contemporânea.

Ocorre que essa sociedade avança a passos largos, a partir da década de 1990 e com mais intensidade a partir do início do século XXI, para um caminho cada vez mais desenvolvido em termos industriais e tecnológicos de modo que tudo isso colabora para uma transformação radical e globalizada nos hábitos e nos modos de ser da população, que se encontra altamente conectada por mecanismos provenientes da informática, da robótica e da comunicação que permitem fluxos de interação sem barreiras, nem fronteiras nessa grande “sociedade em rede” (Castells, 2000) da qual o sociólogo espanhol Manuel Castells aborda em sua obra homônima, penetrando um pouco no universo da cibercultura (Lévy, 1999) em busca de entender como a sociedade moderna se comporta diante de tão inédito e recente fenômeno da vida humana. Diz ele:

É claro que a tecnologia não determina a sociedade. Nem a sociedade escreve o curso da transformação tecnológica, uma vez que muitos fatores, inclusive criatividade e iniciativa empreendedora, intervêm no processo de descoberta científica, inovação tecnológica e aplicações sociais, de forma que o resultado final depende de um complexo padrão interativo. (Castells, 1999, p. 25)

Dentro desse contexto, tendo em conta que o mundo se transforma velozmente e se encontra tão dependente das redes digitais e que o homem encontrou para si uma nova forma de interação escrita e visual fazendo uso das redes sociais, entendemos, pois, que a internet é o meio de referência e de maior praticidade para busca de informações.

Está claro que existe a preocupação atual de desconfiar de todo esse universo informativo do qual dispomos na atualidade em que não nos é permitido ou efetivamente seguro dispensarmos verdadeira credibilidade a todos os veículos e demais informações disponíveis no ciberespaço, conforme conceitua o francês Pierre Lévy, que este ciberespaço é “o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial de computadores” (Lévy, 1999, p. 17). E, seguindo mais adiante, o autor explica que:

[...] Quanto mais o ciberespaço se amplia, mais ele se torna “universal”, e menos o mundo informacional se torna totalizável. [...] Este acontecimento transforma, efetivamente, as condições de vida da sociedade. Contudo, trata-se de um universo indeterminado e que tende a manter sua indeterminação, pois cada novo nó da rede de redes em expansão constante pode tornar-se produtor ou emissor de informações, imprevisíveis, e reorganizar uma parte da conectividade global por sua própria conta. (Levy, 1999, p. 111)

Nesse sentido é que devemos estar alertas com relação aos endereços eletrônicos e aos conteúdos que consultamos para nos informarmos na internet, além de que devemos também considerar tantos outros elementos que podem contribuir para que possamos nos desenvolver como indivíduos experientes em mídia-educação dentro de um espaço capaz de oferecer comunicação pública a um público bastante amplo e heterogêneo.

## 2. Referencial

### 2.1. A Comunicação Pública como conceito

Para tratar da Comunicação pública como conceito é preciso ter em mente a relevância do setor público de comunicação para o repasse de informações que tem como ponto relevante o interesse da população em geral de acordo com determinada segmentação. Também deve-se levar em conta o órgão, instituição, setor ou organização a que se relaciona. Grosso modo, o setor público de comunicação não desempenha atividades voltadas para o desenvolvimento lucrativo e recorre quase sempre ao fundamento de acesso absoluto dos indivíduos às plataformas midiáticas e da universalidade do público a que se direciona.

Na atualidade a internet representa um instrumento informativo em potencial, que atende a uma demanda social de aspecto infinitamente heterogêneo, dessa forma, o próprio princípio da comunicação pública orienta para um comportamento da população no sentido de demandar posturas sociais mais relacionadas com a participação e a cidadania. É justamente dentro dessa perspectiva que a internet ganha espaço de destaque como ambiente que oferece a praticidade para manifestação livre de pensamentos, permitindo a realização de uma certa democracia digital.

Além disso, a internet apresenta ferramentas que facilitam e contribuem para que essa democracia aconteça, como vemos no seguinte trecho: “a interatividade, hipertextualidade e multimídia acrescentam à experiência cognitiva de seus usuários, permitindo a troca de informações e a expressão de opiniões” (Andrelo, Bighetti; 2015, p. 54). Ou seja, essas ferramentas disponíveis no ambiente digital estimula o sujeito comum para que desempenhe com maior frequência o seu papel de cidadão de forma participativa nos espaços de discussão e intervenção (chats, fóruns, enquetes, etc.). Para esclarecer esse aspecto participativo, compreende-se que:

Como esforço inicial de definição, podemos dizer que a comunicação pública ocorre na esfera pública, embora ambos os conceitos não sejam equivalentes. Além disso, ela pode ser realizada pelo Estado, mas não apenas por ele, tendo também como possível protagonista a sociedade civil – cidadãos, movimentos sociais ou ONGs. A nosso ver, seu fundamento assenta-se em seus procedimentos, que precisam estar abertos à participação ativa da sociedade, e em seus objetivos, que têm a ampliação da publicização das questões da sociedade como horizonte. (Nobre, Pereira; 2016, p. 398)

Dentro desse cenário digital, existe o lado contrário ao público consumidor de mensagens e conteúdos, que são aqueles que alimentam e disponibilizam determinados materiais na rede de computadores. Estes são convidados também a assumir condutas de responsabilidade diante daquilo que divulgam ou comunicam. Dessa forma podem e devem fazer uso da internet para mostrar com eficácia, transparência, criatividade, ética, seriedade, responsabilidade e realidade o trabalho que desempenham na vida social, seja ele um indivíduo/ figura pública ou um representante e membro de uma orga-

nização ou instituição pública que se preocupe em atender demandas sociais e coletivas no espaço em que atua, a fim de que possa prestar contas do real desenvolvimento do trabalho desempenhado. Dessa forma, o autor Pierre Zémor conceitua:

A comunicação pública é a “comunicação formal que tende à troca e ao compartilhamento de informações de utilidade pública, para a manutenção da rede social, e de cuja responsabilidade se incumbem as instituições públicas ou as organizações investidas de interesse coletivo”. (Zémor, 1995, p. 5)

Para atingir esse objetivo, torna-se importante que se saiba manejar os recursos disponíveis na internet com o intuito de permitir uma compreensão mais clara e com facilidade de assimilação pelo público em geral da mensagem que se pretenda direcionar a toda uma coletividade no ciberespaço. Sobre esse aspecto, reflete-se sobre a questão da linguagem a ser utilizada para se realizar uma comunicação pública eficaz ao grande público, que possui importância fundamental para o desenvolvimento de uma comunicação potencialmente possível. Vejamos:

Conforme defende a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE, 2003, p. 9), “A provisão *online* de informação é pré-condição essencial para o engajamento, mas quantidade não significa qualidade”. É necessário que as informações disponibilizadas sejam claras e de fácil entendimento, objetivando a real compreensão da política em geral. Recursos de audiovisual e *hiperlinks*, quando bem utilizados, são capazes de facilitar essa relação. (Andrelo, Bighetti; 2015, p. 55)

Eis que a comunicação pública consiste, portanto, num processo amplo que envolve a realização da publicação facilitada com acesso universal de mensagens, conteúdos e/ou informações que possuam relevância a uma audiência diversa, que pode ser segmentada. A linguagem empregada também pode exercer papel fundamental no sentido de tentar evitar ao máximo divulgar informações cabíveis de interpretações diversas e gerar ruído de comunicação, a iniciativa deve focar em torná-la mais clara possível. Todos esses elementos juntos quando utilizados de maneira equilibrada podem preservar positivamente uma boa memória institucional e garantir o respeito e a credibilidade, além de uma boa imagem e reputação organizacional para o órgão representativo em questão.

### 3. Metodologia

Temos como objetivo central identificar como o uso da internet pode representar um espaço virtual para comunicação pública na atualidade, onde os cidadãos possam encontrar informações seguras, críveis, transparentes e com linguagem acessível; favorecendo a formação de um espaço digital democrático e educativo. O foco temático das festas juninas na cidade portuguesa de Braga e na cidade brasileira de Fortaleza justifica-se pela importância cultural dos eventos e sua dimensão nestas cidades. A metodologia, portanto, consiste em apresentar um levantamento dos conteúdos disponíveis

na rede de internet a respeito de informações gerais destes eventos juninos das duas cidades sobre três eixos essenciais e esclarecedores de análise: As fontes de informação, o conteúdo e as linguagens utilizadas em cada espaço.

Essa realidade virtual que ora se apresenta promove a diversificação infinita de temáticas e assuntos disponíveis que podem ser facilmente filtrados como fontes de busca para pesquisa; interessa-nos para o trabalho em questão perceber; dentro da temática cultural e do entretenimento - com parcela de participação da iniciativa pública governamental, como as festividades de São João de duas cidades distintas (Braga e Fortaleza) estão presentes na rede de internet; a fim de identificar, sobretudo: Por quais meios, canais e endereços eletrônicos elas se apresentam? O que divulgam em termos de conteúdos? E, por último, como esses conteúdos são apresentados em termos de linguagem?

Na busca por atender suficientemente estes questionamentos que envolvem a comunicação pública e responder sobre os conteúdos juninos, respectivamente, “onde”, “o quê?” e “como?” estão presentes na internet, a metodologia predominante utilizada para este trabalho, para além da pesquisa teórica e bibliográfica, será a realização de uma “varredura” virtual desses conteúdos documentados; a partir da busca, coleta, leituras, análises, investigação e consultas em portais de veículos jornalísticos e demais ambientes virtuais disponíveis; bem como em possíveis portais específicos de cada um dos eventos de interesse, sem se preocupar em lançar olhar sobre suas possíveis páginas oficial nas redes sociais; mas levando em consideração, sobretudo, três categorias decisivas de análise (fontes de informação, conteúdo e linguagens) a serem apresentadas em formato de tabelas informativas como sendo um modelo comparativo mais didático de evidenciar o balanço da comunicação pública em torno desta temática.

#### **4. Breve contextualização das festas juninas: Braga e Fortaleza**

As festas juninas realizadas nas cidades de Braga e Fortaleza apresentam suas especificidades próprias, as quais compartilhamos aqui de forma breve antes de iniciar a análise proposta por este artigo. Começando pela nomenclatura, enquanto no Brasil as festas costumam levar o nome de “festas juninas” por serem realizadas ao longo do mês de junho; em Portugal, os eventos costumam ser denominados “festas sanjoaninas”, remetendo ao nome do santo São João, e acontecem em várias cidades do país lusitano para comemorar o dia de São João Batista em um país marcado por forte religiosidade católica dentro do espaço europeu.

(...) em quase toda Europa ocorre as festividades com perfil popular e com suas significações vinculadas às virtudes das ervas, do fogo e das águas. Nessa noite do festejo junino, as fogueiras e banhos rituais, as práticas adivinhatórias e propiciatórias ligadas, sobretudo, ao casamento, à saúde e à felicidade, são vivenciadas. (Lucena Filho, 2012, p.38)

Como já mencionado, para o nosso trabalho, destacamos os eventos realizados na cidade de Braga, localizada ao Norte de Portugal; e na cidade de Fortaleza, localizada

ao Nordeste do Brasil, em razão de todas as simbologias e tradicionalismo envolvido em cada uma delas. Sobre a temática festiva de São João, a pesquisadora Silva (2017) aponta:

O festejo de São João constitui para a Igreja Católica a antecipação da chegada de Cristo. Em paralelo ocorre o novo ciclo de colheitas advindo com o solstício de verão e também atribuído ao anúncio do advento revelado por João Batista. A introdução desses festejos no calendário católico fez com que os mesmos se tornassem popular na Europa. Em alguns países europeus, os hábitos de culto foram incorporados e adaptados à cultura local. (Silva, 2017, p. 28).

Braga, em Portugal, é um importante centro urbano do país, sendo uma cidade de raízes antiquíssimas, remetendo à idade medieval, que recebeu fortíssimo domínio e influência do povo romano. A referida cidade realiza este tipo de evento desde o século XII e este popularizou-se a partir do século XVI. Desde então organizam-se diversos tipos de manifestações e tradições em espaços abertos para participação pública e apreciação coletiva. De acordo com as informações sobre a história dessa festividade tão antiga, disponível na página oficial<sup>1</sup> na internet do evento português, podemos compreender melhor a dimensão do evento. Vejamos:

Nascidas em 1150, data em que é fundada uma igreja dedicada ao São João na cidade de Braga, foi ao longo do século XVI que as festividades se afirmaram como uma das festas de São João que mais pessoas envolvia, sobretudo em número de espectadores. Com atividades onde o profano se fundia com o religioso, a Corrida do Porco Preto converteu-se num dos momentos mais importantes do calendário sanjoanino de Braga, a que se juntaram, já no século XVIII, os mascarados e bailes bíblicos. Consolidada na história como a celebração sanjoanina mais antiga de Portugal, Braga vivia, em meados do século XIX, duas romarias importantes e, simultaneamente, coincidentes: a do São João da Ponte e do São João do Souto. Se a primeira tinha como característica principal a realização de uma feira franca, que acontecia na envolvente da capela de São João, a segunda juntava às habituais celebrações religiosas uma procissão, onde o cortejo sanjoanino com a Dança do Rei David e o Carro dos Pastores eram os protagonistas.

Ainda em conformidade com as informações coletadas, entendemos que, em razão da antiguidade do evento, desde o final do século XIX foi criada uma Comissão de Festas do São João de Braga para organizar as edições da festividade e, desde 2001, esta comissão passou-se a chamar Associação das Festas do São João de Braga (AFSJB), com o mesmo objetivo de promover as festas em parcerias com o poder público da municipalidade e alguns patrocinadores.

Cada vez mais atrativa para a comunidade bracarense, mas também para forasteiros, é no final do século XIX que a cidade dá um importante passo para a concretização da união dos dois festejos sanjoaninos, passando, em 1983, a ser designada uma comissão de festas encarregue de perpetuar as festas de São João de Braga. As festas de São João de Braga

1 Disponível em: <https://www.saojoaobraga.pt/sao-joao-de-braga-historia/>. Acesso em: 24 de junho de 2022.

acabaram por se confirmar como as festas maiores da cidade de Braga, graças ao envolvimento da Câmara Municipal e da Associação Comercial da cidade, vendo o número de eventos, de instituições, de pessoas envolvidas e de espectadores aumentar ano após ano.

Dito isto, podemos avançar no debate, introduzindo agora a cidade de Fortaleza no centro da discussão. Estando localizada na região do Nordeste do Brasil, a capital do estado do Ceará é banhada pelo oceano atlântico e é reconhecida pela sua extensa faixa litorânea, com 34 quilômetros de praias, que atrai uma grande quantidade de visitantes e turistas brasileiros e estrangeiros a cada ano. De acordo com dados referentes ao ano de 2020 disponibilizados pela Prefeitura de Fortaleza<sup>2</sup>, a referida capital possui dois milhões e seiscentos mil habitantes e corresponde a quinta maior cidade do Brasil em termos populacionais.

Então, no caso de Fortaleza, os acontecimentos não datam de períodos históricos tão antigos quanto em Portugal em razão da sua própria formação histórica, descoberta e colonização se passar em torno do próprio povo português a partir do ano de 1500. Esta referida colonização implicou em referências nos hábitos e costumes do povo brasileiro, que em associação com as raças e etnias principais que influenciaram a nação; ou seja, sobretudo os povos europeus, indígenas e africanos, desenvolveram seus traços culturais e formatos de celebração coletiva.

Dentro desse contexto miscigenado surgem as festas juninas brasileiras também com o sentido religioso para homenagear o santo bíblico São João Batista e, principalmente nos ambientes rurais nordestinos, comemorar as boas colheitas de produtos à base de milho, frutos do período da estação chuvosa.

Ocorre que, com o passar do tempo, o desenvolvimento do processo de industrialização e urbanização e “com o advento crescente e cada vez mais intenso do fenômeno da globalização, é inegável que há uma tendência de também se universalizar e uniformizar as culturas, instituindo padrões de práticas e consumo”. (Carvalho, 2019, p. 62). Nesse sentido, o modo de vida interiorano e o modelo de festa vivenciada no meio rural foram ganhando outros cenários e conquistando outros espaços em que, visivelmente e “progressivamente o espaço urbano foi se tornando não só a principal arena das principais atividades econômicas tradicionais, como também espaço de deflagração de eventos culturais diversos”. (Castro, 2012, p. 19).

Após compreender esses processos, entende-se o motivo de Fortaleza apresentar festividades juninas, aparentemente, tardiamente em comparação com Braga, porém são contextos e cenários bastante distintos. O fato é que há algumas décadas, a capital do estado do Ceará realiza seus festivais de danças de quadrilhas e se destacam no cenário regional nordestino e brasileiro por este tipo de manifestação cultural.

A partir dos anos 2000, percebe-se um investimento e interesse maior do poder público em incentivar esses movimentos juninos no estado. Assim, estabeleceu-se a formação do “São João do Ceará – a maior festa junina de capital do país” em uma arena

<sup>2</sup> Disponível em: [https://www.fortaleza.ce.gov.br/images/0001/Apresentacao\\_Fortaleza\\_1.pdf](https://www.fortaleza.ce.gov.br/images/0001/Apresentacao_Fortaleza_1.pdf). Acesso em: 24 de junho de 2022.

montada em um dos pontos turísticos mais visitados de Fortaleza, o aterro da Praia de Iracema, onde ocorrem apresentações de *shows* de diversos artistas regionais, locais e nacionais; além de apresentação de grupos de danças de quadrilhas juninas e demais manifestações ligadas ao imaginário junino popular. Destacamos que ambos os eventos são gratuitos. Porém, à diferença de Braga, os festejos em Fortaleza geralmente são realizados pela associação da Prefeitura de Fortaleza com o Governo do Estado e promovidos pelo grupo de comunicação local denominado Sistema Verdes Mares de Comunicação, contando também com a participação de diversos patrocinadores.

## 5. Achados

Iniciando a análise propriamente interessada da pesquisa, apresentaremos na sequência as tabelas executadas a partir do olhar atento e minucioso de cada categoria mencionada anteriormente (fontes de informação, conteúdo e linguagens); as quais acreditamos ser capazes de suscitar o levantamento de discussões e orientar uma conclusão a respeito da investigação do uso da internet como instrumento de comunicação pública.

### 5.1. Categorias de Análise

#### 5.1.1. Fontes de informação

**Tabela 1: Comparação da temática quanto às fontes de informação na internet**

Fontes de informação	
Braga - Portugal	Fortaleza - Brasil
Possui fonte informativa em um site próprio da festa de São João de Braga, disponível em: <a href="https://www.saojoaobraga.pt/">https://www.saojoaobraga.pt/</a> .	Não possui fonte informativa em um site próprio da festa de São João de Fortaleza.
Apresenta fontes disponíveis em sites conhecidos da internet como o Wikipédia com informações gerais dos festejos.	Não apresenta fontes informativas disponíveis em sites conhecidos da internet como o Wikipédia com informações gerais dos festejos.
A internet exibe rapidamente Painel de Informações, com endereço, perguntas e respostas, comentários, fotos, localização no mapa, rotas e hiperlink de direcionamento para o wibesite da pesquisa.	A internet não exibe qualquer Painel de Informações a respeito da busca realizada por "São João de Fortaleza" e sugere "ver resultados relacionados".
A internet mostra diversas fontes de direcionamento para outros sites, especialmente os relacionados com as redes sociais do evento, como página no Facebook, perfil no LinkedIn da AFSJB como organização cívica e social sem fins lucrativos e perfil no Instagram da festividade.	A internet mostra algumas fontes de direcionamento para outros sites, como uma página na rede social Facebook, que apresenta algumas publicações referentes à edição do evento realizado no ano de 2016.
A internet direciona para diversas fontes audiovisuais do evento em diferentes canais do Youtube, como "São João de Braga", "Ficou mais fácil viajar" e "Câmara Municipal de Braga".	A internet direciona para algumas fontes audiovisuais do evento em diferentes canais do Youtube, sendo quase todos os vídeos disponibilizados por portais noticiosos, como "Diário do Nordeste", "GShow" e "G1 Ceará".
Os resultados da pesquisa direcionam para algumas informações de cunho jornalístico em portais noticiosos de imprensa nacionais, da região do Minho ou de cidades próximas como Porto.	Os resultados da pesquisa praticamente se resumem a informações de cunho jornalístico disponíveis em portais de veículos de imprensa nacionais e do estado do Ceará, ligados ao Grupo de Comunicação que promove a festa de São João na cidade.

Fonte: elaborada pela autora.

## 5.1.2. Conteúdo

**Tabela 02: Comparação da temática quanto ao conteúdo**

Conteúdo	
Braga - Portugal	Fortaleza - Brasil
Apresenta fatos, documentos históricos e mecanismo de busca de pesquisa por assunto na lupa disponível no site principal <a href="https://www.saojoaobraga.pt/">https://www.saojoaobraga.pt/</a>	Apresenta conteúdos quase que exclusivamente jornalísticos, informativos, publicitários, com apresentação da programação em ordem lógica.
Conteúdos completos, com momentos marcantes e as mudanças na sociedade.	Geralmente é um conteúdo resumido, raso, sem grandes explicações e/ou detalhes.
Escolha de conteúdos que preservam a história e a memória do evento com fatos, imagens, reportagens explicativas, a evolução da festa, a participação da sociedade (história, principais eventos, documentos, arquivos - com uma (sub) aba com cartazes, brochuras, fotografias, vídeos).	Escolha dos conteúdos sem muita justificativa clara, conteúdo parcial (em razão dos veículos noticiosos estarem ligados à emissora promotora do evento). As imagens e vídeos disponíveis advêm dos sites e portais de imprensa sobre os cenários, o público e os artistas presentes nas edições da festividade.
Apresenta caráter institucional. Exemplo: há uma aba exclusiva para explicar sobre a Associação AFSJB (apresentação, pessoas, história e mídia).	Sem caráter institucional.
Aborda temas variados. Aba de notícias que direciona para uma série de notícias jornalísticas sobre a festa em um arquivo com ordem cronológica a contar ano a ano, a partir de 2014. Conta com uma aba de “como chegar” na “morada” da festa com todos os indicativos de transportes ao destino do evento.	Limita-se apenas a divulgar o evento e sua programação e/ ou informar o que aconteceu nos dias da festa, fazendo um balanço do público, com opinião de alguns espectadores e também dos artistas participantes, promovendo uma espécie de cobertura jornalística do evento.
Site em constante atualização e alimentado com frequência com informativos sobre a cidade de Braga, mesmo fora do período junino.	Atualizações somente na véspera, e pouco tempo posterior à realização das edições juninas (quando o período junino é pauta atual; fora do mês junino não há alimentação de notícias e/ou informações).
Apresenta estratégias publicitárias de marketing para reconhecimento de marca: possui logomarca fixa oficial, slogan “A Maior Festa Popular de Portugal” e hashtags próprias (atualizadas de acordo com a realidade da pandemia) #BouParaOAnoQueVem e #ParaOAnoQueVemBamosTodos	Possui logomarca, que é modificada ano a ano, a cada edição dos festejos.
A página principal do site <a href="https://www.saojoaobraga.pt/">https://www.saojoaobraga.pt/</a> apresenta mecanismo de contagem regressiva contabilizando os dias, horas, minutos e segundos para a próxima festa.	Não se aplica.
A página principal do site <a href="https://www.saojoaobraga.pt/">https://www.saojoaobraga.pt/</a> apresenta “O São João em números” de forma clara com as quantidades de pessoas envolvidas (10.000), entidades envolvidas (365), 1,7 milhões de visitantes, 160 iniciativas previstas e 270 horas de programação.	De forma mais difusa, algumas reportagens posteriores à edição indicam a quantidade do público frequentador, números de atrações (shows) realizadas, de grupos de quadrilhas apresentados e da quantidade de horas de dias e horas de programação.
Apresenta espaço disponível somente para as fotos do São João e convida o visitante a partilhar as suas fotos no Instagram com a hashtag #saojoaodebraga e vê-las no site.	Conteúdos não incentivam a participação/ interação do público na internet.
Apresenta, em um espaço próprio, os patrocínios (patrocinador principal e todos os demais), todas as parcerias, o apoio dos setores público e a organização da AFSJB.	Algumas reportagens indicam os órgãos envolvidos na realização do evento. A Prefeitura Municipal e o Governo do Estado, o Sistema Verdes Mares de Comunicação; além dos órgãos de limpeza, transporte e segurança da cidade.
Na última parte, apresenta o slogan com um breve texto explicando sobre o site e a história oficial do evento, apresenta a morada (endereço), espaço para cadastro na newsletter para acompanhar as novidades e divulga um e-mail para contatos.	Não se aplica.
Apresenta ícones para acesso direto nas redes sociais do evento (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, Youtube) e links diretos para políticas de privacidade e termos e condições.	Não se aplica.

Fonte: elaborada pela autora.

### 5.1.3. Linguagem

**Tabela 03: Comparação da temática quanto à linguagem**

Linguagens	
Braga - Portugal	Fortaleza - Brasil
Linguagem mista (jornalística, informativa, formal e informal) no site oficial <a href="https://www.saojoaobraga.pt/">https://www.saojoaobraga.pt/</a> .	Linguagem noticiosa predominantemente jornalística.
Predomínio de uma linguagem direcionada para o entretenimento.	Também faz uso de uma linguagem direcionada para o entretenimento.
Há presença de uso informal e descontraído da linguagem.	Há presença de uso informal e descontraído da linguagem.
Em alguns momentos estão presentes alguns termos e expressões do idioma português (de Portugal), mas sem dificuldade de compreensão para brasileiros.	Algumas vezes estão presentes alguns termos e expressões regionalizadas (nordestina e/ou cearense).
Linguagem visual utilizada com bastante frequência (com presença de identidade visual), a partir de fotografias, cartazes, ilustrações, vídeos, imagens, diagramas e animações. Obs: A sessão de documentos informa que estará disponível em breve.	A linguagem visual é explorada a partir do logotipo da edição do festejo, de alguns cartazes publicitários e da exibição de vídeos e imagens relacionadas ao evento (bandas, cenários, quadrilhas juninas, artistas) divulgadas pelos sites e portais jornalísticos.

Fonte: elaborada pela autora.

## 6. Discussão

Diante da análise realizada e do levantamento temático direcionado que apresentamos, os resultados demonstram que as informações disponíveis na internet a respeito das festas juninas de Braga (Portugal) e Fortaleza (Brasil) são bastante diferenciadas dentro das categorias analisadas neste trabalho, uma vez que a festividade na cidade de Braga apresenta um conjunto de elementos muito mais elaborado e organizado a partir de um *site* próprio, que concentra categorias visuais muito mais interessantes, com elementos visíveis, dinâmicos, práticos e completos, utilizando as ferramentas de *hyperlinks* e ícones para acesso direto nas redes sociais relacionadas ao evento. Acreditamos que tudo isso se dá em razão, possivelmente, do evento festivo existir já há muito mais tempo, e de possuir, como vimos, uma Associação própria para organização de suas edições, a AFSJB. Além disso, o conteúdo virtual oferece possibilidades de diálogo, interação, opiniões, enquetes, votações e participação do público em canais exclusivos, como um e-mail próprio e demais redes sociais.

Já em Fortaleza, as informações relativas ao evento junino encontram-se ainda bastante escassas e difusas dentro do ambiente virtual; visto que não dispõe, pelo menos até então, de uma página própria para centralização das informações, deixando quase sempre a cargo dos meios de comunicação jornalísticos da cidade a responsabilidade de desempenhar o papel informativo com funções de anunciar, divulgar, explorar, coletar e publicar dados da referida festividade junina.

## 7. Conclusões

Por fim, concluímos neste cenário que a comunicação pública com relação à temática investigada se apresenta um pouco problemática e demonstra certa carência com relação a questões como a transparência e a prestação de contas, por exemplo. O caso de Fortaleza, especialmente, ainda se mostra muito pouco eficiente, falho e defasado com relação à publicação e atualização de notícias e informações sobre o assunto. Aparenta haver pouca preocupação em atrair público interessado em conhecer o evento e obter informações, especialmente quando se pensa no público visitante/turista que não participa da vida social ativa na cidade; sem esquecer também do perfil mais jovem que costuma celebrar os eventos abertos e gratuitos da cidade entre amigos, pensando que boa parcela deles possui o hábito de se alimentar de informações disponíveis no ambiente virtual, bem como interagir entre seus pares na rede de internet.

## Referências bibliográficas

- Andrelo, R.; Bigchetti, W. (2015). *A internet como instrumento da democracia: um estudo comparativo entre as memórias virtuais dos parlamentos do Reino Unido e do Brasil*. In: *Liinc em Revista*, Rio de Janeiro, v.11, n.1, p. 52-68.
- Carvalho, B. F. C. B. (2019). *O Regionalismo Nordestino em pauta na TV Diário: a Folkcomunicação no contexto da televisão local*. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Ceará.
- Castells, M. (1999). *A Era da informação – economia, sociedade e cultura*. 2ª ed. São Paulo: Paz e Terra.
- Castells, M. (2000). *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.
- Castro, J. R. B. (2012). *Da casa à praça pública: a espetacularização das festas juninas no espaço urbano*. EDUFBA.
- GShow Globo. Disponível em: <http://gshow.globo.com/TV-Verdes-Mares/Sao-Joao-de-Fortaleza/noticia/2016/06/prepare-se-para-animacao-vai-comecar-o-sao-joao-de-fortaleza-2016.html>. Acesso em 21 jan 2021.
- G1 Ceará. Disponível em: <https://g1.globo.com/ce/ceara/noticia/2020/06/03/tv-verdes-mares-transmite-o-sao-joao-do-ceara-solidario-neste-sabado.ghtml>. Acesso em 21 jan 2021.
- Jornal Diário do Nordeste. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/metro/sao-joao-de-fortaleza-teve-grande-publico-1.1777461>. Acesso em 21 jan 2021.
- Jornal Diário do Nordeste. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/verso/sao-joao-do-ceara-solidario-dendi-casa-veja-programacao-do-evento-realizado-pelo-svm-1.2951730>. Acesso em 21 jan 2021.
- Levy, P. (1999). *Cibercultura*. São Paulo. Editora 34.
- Lucena Filho, S. A. (2012). *Festa junina em Portugal: marcas culturais no contexto do Folkmarketing*. Editora UFPB.
- Mendel, T. (2009). *Liberdade de informação: um estudo de direito comparado*. Brasília: Unesco.
- Nobre, H.; Pereira Filho, J. (2016). *A participação na Comunicação Pública: Para além do consenso*. Palmas: Revista Observatório, v. 2, n. 5, p. 383-407, set./dez.
- Prefeitura de Fortaleza. Acesso em: [https://www.fortaleza.ce.gov.br/images/0001/Apresentacao\\_Fortaleza\\_1.pdf](https://www.fortaleza.ce.gov.br/images/0001/Apresentacao_Fortaleza_1.pdf). Acesso em: 24 jun 2022.
- São João de Braga. Disponível em: <https://www.saojoaobraga.pt/>. Acesso em: 24 jun 2022.
- Silva, J. H. (2017). *Quadrilha Junina Babaçu: processos folkcomunicacionais, identidade e representações culturais*. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Norte.
- Takeuchi, H.; Nonaka, I. (2008). *Gestão do conhecimento*. Tradução: Ana Thorell. Porto Alegre: Bookman.
- ZÉMOR, P. (1995). *La communication publique*. Paris: PUF.