

**CENTRO DE EDUCAÇÃO SUPERIOR CESREI
CURSO DE BACHARELADO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL COM
HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

ANA BEATRIZ VILAR GUEDES

**O USO DO MOVIMENTO ARMORIAL EM CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS: UM
ESTUDO DE CASO SOUL JOÃO 2024**

Trabalho apresentado à
Coordenação do Curso de
Comunicação Social habilitação em
Publicidade e Propaganda da Cesrei
Faculdade, como requisito parcial
para a obtenção do grau de Bacharel
em Comunicação Social com
habilitação em Publicidade e
Propaganda pela referida instituição.

Orientadora: Ma. Maria Zita Almeida
Batista dos Santos

1º Examinador: Esp. Alan Robson
de Oliveira

2º Examinador: Esp. João Victor
Soares Cavalcante

O USO DO MOVIMENTO ARMORIAL EM CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS: UM ESTUDO DE CASO SOUL JOÃO 2024

GUEDES, Ana Beatriz Vilar¹
SANTOS, Maria Zita Almeida Batista dos²

RESUMO

Este trabalho analisa de que maneira elementos da cultura popular nordestina, da folkcomunicação e da estética do Movimento Armorial são incorporados pela publicidade contemporânea como estratégias de ressignificação cultural. A pesquisa tem como objeto de estudo a campanha Soul João 2024, evento originalmente associado à música eletrônica, que passou por um processo de reposicionamento simbólico ao adotar referências visuais e narrativas fundamentadas na tradição regional. A relevância do estudo justifica-se pela pertinência do corpus selecionado, especialmente pela dualidade entre cultura erudita e cultura popular, cujas tensões históricas envolvem processos de marginalização, disputas simbólicas e estratégias de resistência. A pesquisa possui caráter qualitativo e exploratório, apoiando-se em revisão bibliográfica e em análise de conteúdo da campanha. Fundamenta-se em autores como Hall, Beltrão, Suassuna e Ulhôa, que oferecem aportes teóricos para compreender como identidades culturais são construídas, deslocadas e reinterpretadas no contexto midiático. A partir desse referencial, os resultados indicam que a Soul João 2024 faz uso de códigos visuais do Armorial, de referências da xilogravura nordestina e de elementos da folkcomunicação para fortalecer laços identitários, estimular o sentimento de pertencimento e construir um posicionamento cultural no mercado do entretenimento. Dessa forma, o estudo contribui para o debate acerca do papel da publicidade como mediadora entre modernidade e ancestralidade, evidenciando seu potencial para colaborar na valorização simbólica das tradições e da memória cultural de um território.

Palavras-chave: Movimento Armorial. Folkcomunicação. Publicidade. Cultura Nordestina. Cultura Popular.

ABSTRACT

This study examines how elements of Northeastern Brazilian popular culture, folk communication, and the aesthetics of the Armorial Movement are

¹ Graduanda do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda na Cesrei Faculdade. E-mail: beatrizvilarpublicity@gmail.com

² Mestre em Literatura e Interculturalidade. Professora do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da Cesrei Faculdade. E-mail: mariazita.albasan@gmail.com

incorporated into contemporary advertising as strategies of cultural re-signification. The research focuses on the 2024 Soul João campaign, an event originally associated with electronic music that underwent a symbolic repositioning by adopting visual and narrative references grounded in regional tradition. The relevance of this investigation lies in the pertinence of the selected corpus, particularly the duality between erudite and popular culture, whose historical tensions involve marginalization processes, symbolic disputes, and strategies of resistance. The study employs a qualitative and exploratory approach, supported by a literature review and a content analysis of the campaign. It draws on theorists such as Hall, Beltrão, Suassuna, and Ulhôa, who provide the conceptual foundation for understanding how cultural identities are constructed, displaced, and reinterpreted within the media context. Based on this framework, the findings indicate that the 2024 Soul João campaign incorporates Armorial visual codes, Northeastern woodcut references, and elements of folk communication to strengthen identity bonds, foster a sense of belonging, and build a cultural positioning within the entertainment market. Thus, the study contributes to the debate on the role of advertising as a mediator between modernity and ancestry, highlighting its potential to support the symbolic appreciation of traditions and the cultural memory of a territory.

Keywords: *Armorial Movement. Folk Communication. Advertising. Northeastern Identity. Popular Culture.*

INTRODUÇÃO

A cultura constitui um dos principais pilares na construção das identidades sociais e na formação dos sistemas simbólicos que orientam a experiência humana. Suas manifestações refletem modos de existir, pensar e se relacionar, articulando tradições, narrativas, memórias e valores que atravessam gerações. No Brasil, o Nordeste se destaca como um território especialmente marcado pela força de suas expressões culturais, cuja autenticidade e diversidade se manifestam em linguagens como a música, a dança, a literatura, o artesanato e as festas populares. Em meio aos processos históricos de marginalização e resistência, tais manifestações constituem importantes instrumentos de valorização identitária e de preservação da memória coletiva.

No campo da comunicação, a relação entre cultura e mídia torna-se ainda mais evidente. A publicidade, enquanto linguagem estratégica e socialmente situada, atua como mediadora de sentidos, capaz de ressignificar

símbolos culturais, reinterpretar tradições e construir narrativas que dialogam com as identidades do público. Nesse contexto, a folkcomunicação, conceito formulado por Beltrão (1980), destaca-se como uma perspectiva fundamental para compreender a presença de elementos populares em práticas comunicacionais contemporâneas, especialmente por reconhecer a potência das expressões do povo como veículo de informação, resistência e pertencimento.

Nesse mesmo horizonte, o Movimento Armorial, idealizado por Ariano Suassuna, oferece uma leitura singular sobre a integração entre o erudito e o popular, propondo uma estética que valoriza a essência do imaginário nordestino sem abrir mão da sofisticação técnica e simbólica. Seus repertórios visuais, narrativos e musicais tornaram-se referências importantes para diversas linguagens artísticas e, mais recentemente, para produtos midiáticos e publicitários que buscam dialogar com a identidade regional.

É nesse cenário que se insere o objeto deste estudo: a campanha Soul João 2024. Inicialmente caracterizada como um evento de música eletrônica, a Soul João vem, ao longo dos anos, construindo um novo posicionamento, aproximando-se das raízes culturais do Nordeste e adotando uma comunicação marcada por signos regionais. Na edição de 2024, esse movimento se intensifica através da adoção de uma estética que dialoga diretamente com o Movimento Armorial e com elementos da folkcomunicação, resultando em uma narrativa visual que combina modernidade, tradição e pertencimento.

Dessa forma, esta pesquisa busca compreender como a Soul João 2024 utiliza referências culturais nordestinas, em especial os repertórios armoriais e a linguagem da folkcomunicação, como ferramentas de ressignificação simbólica e diferenciação no mercado de entretenimento. Para isso, desenvolve-se uma análise que articula fundamentos teóricos sobre cultura, identidade, erudição, popular e comunicação, relacionando-os ao contexto da publicidade e às estratégias de construção de marca.

Assim, espera-se demonstrar que a publicidade, quando fundamentada em leituras culturais sensíveis, pode atuar como um mecanismo de preservação simbólica, contribuindo para a circulação, atualização e valorização das tradições que moldam o imaginário coletivo nordestino, o que

podemos denominar de uma cultura com um elo carregado de elementos culturais capazes de criar conexão direta entre uma narrativa e determinado repertório simbólico, fortalecendo vínculos de identificação, pertencimento e autenticidade com o público.

1 A CULTURA COMO SISTEMA DE SENTIDOS: DIÁLOGOS ENTRE O POPULAR E O ERUDITO

1.1 EXPRESSÕES CULTURAIS E SUAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

Cultura é um termo com sentido bastante amplo, podendo indicar produções artísticas como a música, a literatura, a dramaturgia; o modo de viver, o conjunto de saberes, a religião entre outras expressões de um povo. Para Santos (2006), a cultura pode estar associada a vários aspectos como, a educação, as manifestações artísticas, os meios de comunicação de massa, costumes tradicionais de um povo, entre outros, exercendo uma influência constante sobre nós por meio da mídia e da comunicação contemporânea. Ela se manifesta na indústria cultural, cujas produções, linguagens e músicas moldam nossas preferências e nos incentivam ao consumo contínuo de gostos, objetos e ideias.

Ao longo da história, estabeleceu-se uma distinção entre o que é considerado erudito e o que é popular, tendo essa diferenciação sustentado a ideia de que as manifestações culturais da elite dominante são superiores, mais cultas, intelectuais, refinadas, e de maior valor; e a popular é frequentemente marginalizada, considerada feia e desprovida de cultura, esteticamente inferior, e alvo de críticas conforme o pensamento social instaurado pelas elites que controlam a indústria cultural.

De acordo com Bakhtin (1987) a relação entre a cultura erudita e a cultura popular não deve ser vista como duas realidades totalmente separadas, visto que muitas vezes, esses dois universos se encontram e se misturam, criando novas formas culturais. O autor lembra que, em certos momentos da história, como no Renascimento, a cultura popular aparecia dentro das obras eruditas, mostrando como uma pode dialogar com a outra.

Apesar disso, o popular tem resistido a esse processo dentro da indústria cultural, mesmo quando as elites dominantes se apropriam de elementos populares para continuar a influenciar a sociedade.

A história registra com abundância as transformações porque passam as culturas, seja movida por suas forças internas, seja em consequência desses contatos e conflitos, mais frequentemente por ambos os motivos. Por isso, ao discutirmos sobre cultura temos sempre em mente a humanidade em toda a sua riqueza e multiplicidade de formas de existência. [...] assim, cultura diz respeito à humanidade como um todo e ao mesmo tempo a cada um dos povos, nações, sociedades e grupos humanos (Santos, 2006. p.7-8).

Hoje em dia, as pessoas buscam diferentes formas de distração e de fugir da rotina. Nesse processo, a arte tem um papel importante, porque ajuda o ser humano a se expressar e até a se reinventar. Ao mesmo tempo, a arte também vira produto de consumo, chegando ao grande público como parte da cultura de massa. Esse movimento acontece de forma ainda mais forte por causa da velocidade da comunicação atual. Assim, a cultura e a comunicação de massa estão ligadas, já que a mídia é o meio usado para espalhar a indústria cultural e reforçar sua influência na sociedade.

Podemos entender cultura como uma dimensão do processo social e utilizá-la como um instrumento para compreender as sociedades contemporâneas. O que não podemos fazer é discutir sobre cultura ignorando as relações de poder dentro de uma sociedade ou entre sociedades. Notem bem: o estudo da cultura não se reduz a isso, mas esta é uma realidade que sempre se impõe. Assim é porque as próprias preocupações com cultura nasceram associadas às relações de poder (Santos, 2006, p. 80)

Nesse sentido, a cultura faz parte do meio em que vivemos e está ligada à história e às relações sociais das pessoas. Ela acompanha o processo coletivo da sociedade e, por isso, está sempre mudando e se adaptando às transformações do mundo. Dentro desse processo, vale reforçar que a cultura erudita foi, muitas vezes, vista como superior, valorizada pelas elites como a forma mais culta e refinada de expressão. Porém, essa visão quase sempre se construiu em oposição à cultura popular, considerada simples ou menor. Essa

tentativa de sobreposição e apropriação do que vem do povo revela uma relação de disputa, mas também de trocas. Por isso, antes de falar sobre a força da cultura popular, é importante entender como a cultura erudita se apresenta e se coloca nesse cenário.

1.1.1 A Cultura Erudita e suas manifestações simbólicas

A cultura erudita pode ser compreendida como o conjunto de expressões artísticas e intelectuais legitimadas pelas elites sociais e políticas ao longo da história. São manifestações vinculadas às academias, às instituições oficiais e aos espaços de prestígio, como a música clássica, a literatura canônica, a ópera e as artes plásticas acadêmicas. Trata-se, portanto, de uma tradição construída pelas elites para o consumo das elites, funcionando como dispositivo de distinção social.

Ferretti (2001), ao analisar o contexto maranhense, observa que em toda parte predominava o prestígio e o interesse pela cultura erudita, enquanto havia forte discriminação contra as festas e bailes frequentados por escravizados e pobres. Essas práticas populares eram condenadas pela burguesia comerciante, que as associava ao atraso e à falta de progresso. Não por acaso, muitas dessas comemorações passaram a ser tratadas como casos de polícia. Na década de 1930, no Maranhão, por exemplo, os pedidos de licença para a realização de festividades religiosas e populares eram publicados na imprensa justamente como forma de controle e criminalização do lazer do povo.

Esse processo reflete uma hierarquia cultural historicamente construída. Como explica Bourdieu (1983), a erudição funciona como capital cultural, capaz de distinguir os grupos sociais a partir do acesso ao conhecimento legitimado e aos bens simbólicos. A valorização da cultura erudita, nesse sentido, não se dá apenas por critérios estéticos, mas também como mecanismo de poder que reafirma desigualdades sociais.

Por outro lado, Williams (2008) ressalta que a cultura não pode ser entendida como algo fixo ou exclusivo. Ainda que a erudição tenha se apresentado como superior, sua produção sempre dialogou com elementos

populares, seja pela apropriação de formas, seja pela ressignificação em contextos distintos. Essa interdependência revela que o campo cultural é dinâmico, e que o erudito e o popular coexistem em permanente tensão e troca.

Assim, analisar a cultura erudita exige compreender sua trajetória de prestígio e exclusão, marcada pela legitimação institucional e pela marginalização das práticas do povo. Mas exige também reconhecer sua permeabilidade, já que, ao mesmo tempo em que se afirmou como símbolo de sofisticação, ela incorporou elementos populares e foi, de diferentes formas, apropriada e reinterpretada em novos contextos. Essa reflexão abre caminho para pensar, mais adiante, como a publicidade contemporânea pode aproximar erudito e popular, ressignificando fronteiras culturais e desafiando hierarquias historicamente estabelecidas.

1.1.2 Cultura Popular: Tradição e transformação

A cultura popular constitui um conjunto de saberes definidos pela interação entre os indivíduos, englobando elementos e tradições culturais vinculados à linguagem popular e à oralidade. Para Stuart Hall (2006), a cultura popular é um terreno de luta e resistência, onde as classes sociais elaboram significados e práticas a partir das relações de poder estabelecidas na sociedade. Dessa forma, a cultura popular abrange manifestações como o folclore, o artesanato, as músicas, as danças, as festividades, entre outros, sendo amplamente acessível e consumida pela maioria das pessoas em uma sociedade. Ela se manifesta em formas como música pop, cinema, comercial, televisão, literatura de massa, entre outros.

Embora esteja em constante evolução, a cultura popular tem, historicamente, sido alvo de desprezo dentro da nossa sociedade, e essa marginalização persiste até os dias atuais. Muitas vezes, faz-se necessário um processo de transformação que inclua a educação e a conscientização da população para reverter essas questões. Na perspectiva de Hall (1997), a cultura é um dos elementos mais dinâmicos e mais imprevisíveis da mudança histórica do novo milênio. O autor enfatiza que

não devemos nos surpreender, então, que as lutas pelo poder deixem de ter uma forma simplesmente física e compulsiva para serem cada vez mais simbólicas e discursivas, e que o poder em si assuma, progressivamente, a forma de uma política cultural (HALL, 1997, p. 20).

Nesse contexto, as elites dominantes propagam e disseminam o conceito de cultura popular para a sociedade, até o ponto de ela própria desvalorizar sua cultura, identidade e regionalismo que regem o que é um povo, suas crenças, músicas e seus costumes. Por um lado, porque, na formação de seu próprio universo de legitimidade, muitas manifestações culturais são deixadas de fora. Por outro lado, porque é o conhecimento dominante que decide o que é cultura popular (Santos, 2006, p.55).

Nesse sentido, Hall (2006) discorre sobre mudanças ocorridas na identidade do sujeito que, antes da era moderna, ancorava sua identidade em tradições estáveis e, com a modernidade, essa concepção de identidade passa por transformações substanciais fazendo com que o sujeito passe por um processo de transformação, com as identidades culturais, deslocadas pela globalização.

Então, sendo a cultura popular muitas vezes influenciada por tendências contemporâneas, moda e tecnologia, ela reflete as preferências e interesses do público em geral e desempenha um papel importante na formação da identidade coletiva de uma sociedade, fornecendo pontos de referência comuns e símbolos compartilhados que unem as pessoas. “o sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos” (HALL, 2006, p. 13).

Diante do exposto, pode-se dizer que a valorização da cultura popular é fundamental para a construção de uma sociedade mais inclusiva e diversa. Ela preserva a riqueza das tradições, saberes e expressões culturais que emergem das camadas sociais mais amplas, oferecendo uma visão plural das identidades culturais. Hall (2000) afirma que “nossas identidades são, em resumo, formadas culturalmente”. Então, reconhecer e respeitar a cultura popular não apenas fortalece o tecido social, mas também contribui para a formação de uma consciência crítica e cidadã, capaz de apreciar a diversidade e a complexidade das manifestações culturais em sua totalidade.

2 FOLKCOMUNICAÇÃO: EXPRESSÃO CULTURAL E ESTRATÉGIA PUBLICITÁRIA

A folkcomunicação, segundo Beltrão (1980) significa a comunicação por intermédio de artifícios populares, ou seja, uma comunicação que se dá por meio do folclore. Esse processo conseguiu atingir as pessoas socialmente marginalizadas, de áreas distantes e grupos sociais de contracultura (Araújo; Fajer, 2018, p. 204).

Para Benjamin (2004) a globalização tem esse desafio de consolidar um conhecimento científico que deve ser interdisciplinar caracterizando linguagem e códigos típicos da semiologia, dessa forma, compreender os fenômenos culturais e midiáticos na contemporaneidade exige não apenas o domínio de métodos científicos específicos, mas também a capacidade de dialogar entre diferentes áreas do conhecimento. A interdisciplinaridade torna-se, portanto, um recurso fundamental para interpretar as linguagens e os códigos que circulam em contextos globalizados, permitindo uma análise mais profunda das formas de comunicação e representação cultural, a exemplo da Folkcomunicação.

Beltrão (1980), em sua obra Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados, pontua que “é no grupo que o ser humano massificado retoma sua identidade e pode ter sua liberdade de expressão resgatada”. Essa perspectiva evidencia como a folkcomunicação atua como um espaço de expressão e resgate identitário, permitindo que práticas culturais historicamente marginalizadas ganhem visibilidade e significado.

A folkcomunicação se manifesta em diferentes expressões culturais que compõem o tecido simbólico das sociedades, em especial no contexto brasileiro. A música popular, por exemplo, é uma das formas mais visíveis desse processo: gêneros como o forró, o repente e a embolada não apenas divertem, mas transmitem saberes coletivos, narram histórias e funcionam como instrumentos de resistência cultural. Como observa Melo (2008), a música popular funciona como uma “mídia alternativa” que dá voz a grupos sociais frequentemente excluídos dos meios hegemônicos.

Na dança, a folkcomunicação se revela em práticas como as quadrilhas juninas, os maracatus, os reisados e os congados. Essas manifestações comunicam narrativas de fé, pertencimento e coletividade, reafirmando identidades regionais e, ao mesmo tempo, estabelecendo um espaço de interação entre tradição e contemporaneidade.

A literatura popular, especialmente o cordel, constitui outra dimensão fundamental da folkcomunicação. Suas narrativas, acompanhadas da xilogravura, preservam a oralidade, recontam a história de comunidades e registram visões de mundo. Para Albuquerque Júnior (2011), o cordel pode ser visto como “uma imprensa popular”, que democratiza o acesso à informação e constrói uma memória cultural que atravessa gerações.

O artesanato também desempenha papel essencial, uma vez que objetos como bordados, rendas, esculturas em barro e trabalhos em couro comunicam valores, símbolos religiosos e identidades regionais. Essas peças não são apenas utilitárias, mas carregam significados históricos e afetivos, funcionando como suporte material da memória coletiva.

Ao valorizar saberes e práticas culturais populares, a folkcomunicação revela-se como uma poderosa ferramenta de comunicação. No âmbito publicitário, a inserção de signos, símbolos e narrativas provenientes da folkcomunicação possibilita a criação de campanhas que dialogam com identidades culturais específicas, promovendo a ressignificação e o fortalecimento de laços coletivos.

A campanha “Um São João de João Grilo e Chicó”, lançada pela Brahma em 2024, configura-se como um dos exemplos mais expressivos do uso contemporâneo da folkcomunicação na publicidade brasileira. A marca, tradicional patrocinadora das festas juninas, associou sua narrativa ao universo simbólico de O Auto da Compadecida 2, continuação da clássica obra de Ariano Suassuna, que constitui um dos pilares do Movimento Armorial.

As peças da campanha, criadas pela agência Africa Creative³, apresentam uma estética fortemente inspirada na xilogravura nordestina, com traços rústicos e tons terrosos característicos dos folhetos de cordel. Essa linguagem visual é complementada por elementos sonoros e simbólicos em

³ <https://africacreative.com.br/>

uma ligação com o universo de Ariano Suassuna e com o imaginário nordestino, situando a narrativa em um território de pertencimento e autenticidade cultural.

A imersão estética e sensorial configura uma estratégia de folkcomunicação aplicada ao *branding*, em que a marca não apenas se apropria de signos culturais, mas se insere ativamente como parte integrante da celebração popular. Ao se inspirar em uma obra que nasceu da fusão entre o popular e o erudito, a Brahma realiza, ainda que em um contexto mercadológico, um movimento de ressignificação simbólica.

A campanha reitera o potencial da publicidade como mediadora entre tradição e contemporaneidade, atualizando narrativas culturais sem esvaziar seus sentidos originais. Nesse sentido, a folkcomunicação é utilizada não apenas como recurso estético, mas como estratégia de identificação social, emocional e cultural, promovendo a valorização de identidades regionais dentro do mercado nacional.

3 MOVIMENTO ARMORIAL: EXPRESSÃO ARTÍSTICA E TRADIÇÃO REGIONAL

O Movimento Armorial é um movimento cultural brasileiro fundado em 1970, idealizado pelo escritor e dramaturgo Ariano Suassuna. Ele nasceu com o objetivo de criar uma arte erudita genuinamente brasileira, baseada nas raízes populares nordestinas. A ideia central era integrar diferentes linguagens artísticas, como literatura, música, artes visuais, teatro e dança, em torno de uma estética que refletisse a cultura nordestina com sofisticação e profundidade. O movimento é fortemente presente na produção artística de Suassuna, transmitindo autenticidade e valorizando a riqueza cultural regional.

A estética armorial constitui um dos mais significativos movimentos de síntese entre o erudito e o popular na história da arte brasileira. Segundo Suassuna (1974), a intenção era “erguer uma arte brasileira com alma nordestina”, unindo o refinamento técnico da cultura erudita à espontaneidade simbólica das manifestações populares.

Ao valorizar a riqueza cultural nordestina, o movimento estabeleceu uma conexão entre o popular e o erudito, influenciando várias gerações de artistas e mantendo presença significativa na produção artística contemporânea do Brasil, especialmente no Nordeste.

Ariano Suassuna, em entrevista a Douglas Machado (2015) publicada no livro *Hoblicua*, sobre o romance *A Pedra do Reino*, ressalta que a obra inicialmente causou constrangimento na população de São José do Belmonte, pois retratava a história da cidade de maneira crítica, “uma cidade morta”, porém essa realidade mostrada fez despertar uma nova percepção da população com relação à própria cultura local.

Inspirado pela obra, Ariano promoveu espetáculos que retomavam a essência cultural de uma região e a apresentavam como um evento coletivo, reunindo diversas manifestações artísticas, como apresentações culturais, feira de artesanato e gastronomia, bacamarteiros, banda de pífanos, pastoril, violeiros, poetas e repentistas. Esses eventos evidenciaram o compromisso do Movimento Armorial em valorizar e ressignificar as tradições populares, proporcionando visibilidade e reconhecimento à cultura local.

Machado (2015) defende que a cultura universal é primeiramente local. Nesse sentido, as obras do movimento Armorial nasceram das histórias, mitos e tradições do povo nordestino, consolidando uma arte que busca representar a essência de seu país e de seu povo. O movimento, não apenas integrou artistas em diferentes linguagens, mas também estabeleceu um esforço contínuo para combater a descaracterização e vulgarização da cultura brasileira.

Como aponta Ulhôa (2023), o Armorial deve ser compreendido não como um estilo fechado, mas como um “campo de inter-relações estéticas” que dialoga com diversas linguagens artísticas, conferindo-lhes unidade simbólica e espiritual. Essa integração entre diferentes formas de expressão, a exemplo da música, xilogravura, teatro e a literatura, é o que garante ao movimento uma permanência histórica e cultural que ultrapassa gerações. Ainda de acordo com o autor, “as xilogravuras armoriais não são apenas representações do sertão, mas códigos visuais de pertencimento cultural, capazes de transformar o cotidiano em símbolo”, Ulhôa (2023).

Na música, o ideal armorial encontrou materialidade sonora através do Quinteto Armorial, grupo criado sob a orientação direta de Suassuna. A proposta era unir instrumentos eruditos, como o violino, a viola e o violoncelo, a instrumentos populares como o pífano, a rabeca e a zabumba. Essa fusão resultou numa sonoridade híbrida e original, que, segundo Santos (2024), “traduz a alma nordestina em harmonia e contraponto, revelando um Brasil que é, ao mesmo tempo, barroco e sertanejo”. As composições do Quinteto demonstram que o erudito e o popular não são polos opostos, mas dimensões complementares de uma mesma sensibilidade estética.

Na literatura, Ariano Suassuna consolidou a expressão armorial ao transformar as narrativas populares em arte erudita. Obras como *O Auto da Compadecida* (1955) e *A Pedra do Reino* (1971) são exemplos dessa fusão: ambas bebem na fonte da oralidade, do humor e da religiosidade popular, mas são elaboradas com uma sofisticação narrativa e simbólica que as coloca entre as grandes obras da literatura brasileira. Suassuna faz do sertão um microcosmo universal, um território onde o humano é revelado em sua essência por meio de arquétipos como João Grilo e Chicó, figuras que representam a astúcia, a fé e a resistência do povo nordestino.

No teatro, o Movimento Armorial valorizou a cena popular e o improviso como forma de resistência cultural. O palco, nesse contexto, é compreendido como um espaço ritualístico, onde o sagrado e o profano coexistem. Ulhôa (2023) destaca que, nas encenações armoriais, “a teatralidade emerge como rito de pertencimento e celebração da ancestralidade popular”, expressando o caráter comunitário e festivo do teatro nordestino. Essa concepção cênica influenciou diversas montagens contemporâneas, que retomam o figurino, a gestualidade e a oralidade inspirados na cultura sertaneja.

Na contemporaneidade, as estéticas armoriais ultrapassaram o campo das artes tradicionais e tornaram-se repertório visual e simbólico da comunicação moderna. Filmes, vídeos e campanhas publicitárias vêm incorporando elementos da xilogravura, da música e da simbologia nordestina como forma de reafirmar a identidade cultural brasileira. Ulhôa (2023) observa que “a reinterpretação do visual armorial na mídia atual não apenas homenageia a tradição, mas a reconfigura como linguagem de resistência e afirmação identitária”. Essa apropriação revela como o legado armorial

continua a inspirar criadores que buscam equilibrar tradição e inovação, erudição e popularidade, arte e comunicação.

Dessa forma, a estética armorial consolida-se como uma matriz simbólica viva, cuja potência reside na capacidade de atravessar o tempo e se atualizar nos mais diversos suportes culturais. Sua presença na comunicação contemporânea não é mera referência estética, mas um gesto de continuidade histórica. Esse diálogo entre tradição e inovação abre caminho para uma análise mais aprofundada sobre como a publicidade contemporânea tem se apropriado de tais repertórios visuais e simbólicos para criar narrativas de pertencimento e identidade. No caso do Soul João 2024, objeto de estudo dessa pesquisa, observamos como a linguagem armorial transcende o campo artístico e se manifesta na comunicação de marca, atuando como ferramenta de ressignificação cultural e como elo entre o erudito, o popular e o midiático.

4 A PUBLICIDADE COMO FERRAMENTA DE RESSIGNIFICAÇÃO CULTURAL: UMA ANÁLISE DA CAMPANHA SOUL JOÃO 2024

4.1 SOUL JOÃO: DO ELETRÔNICO À CELEBRAÇÃO DA CULTURA NORDESTINA

A Soul João surgiu em 2017, evento realizado na Casa de Shows *Celebre La Vie*, em Lagoa Seca (PB), cidade localizada na região metropolitana de Campina Grande e inserida no circuito do Maior São João do Mundo, um dos maiores eventos juninos do país, que atrai visitantes de todo o mundo, movimenta o turismo e reúne milhões de pessoas durante o mês de junho. No início, a Soul era uma festa eletrônica, mas posteriormente assumiu um novo posicionamento, valorizando também a identidade nordestina por meio da inclusão de artistas do forró e de uma comunicação que dialoga com as raízes culturais da região.

No ano de 2024, a campanha da Soul João adotou elementos visuais e narrativos inspirados no Armorial para ressignificar a tradição e criar uma conexão emocional com o público. Além disso, a marca utilizou conceitos da folkcomunicação, conforme definido por Beltrão (1971), ao empregar

linguagens e símbolos do cotidiano popular, por meio de elementos regionais como xilogravuras, bem como da apropriação de expressões populares e da afetividade na relação com o público. Esses aspectos permitiram que a campanha dialogasse com os saberes populares de forma espontânea, promovendo uma fusão entre tradição e inovação na maneira de se comunicar, como veremos a seguir.

4.2 SOUL JOÃO 2024: REPRESENTAÇÕES ARMORIAIS E IDENTIDADE NORDESTINA

A Soul João 2024 representa um marco no percurso identitário da marca, ao consolidar a transição de um evento originalmente voltado para a música eletrônica em uma experiência cultural que exalta a tradição nordestina, sem abdicar de sua estética contemporânea. Essa conciliação entre o moderno e o regional constitui o eixo conceitual que sustenta toda a comunicação visual da edição de 2024, refletindo o ideal armorial de integração entre o erudito e o popular.

A concepção temática da festa, segundo informações obtidas em entrevista com Thiago Falcão, um dos criadores da campanha, resultou de uma troca de ideias entre os sócios do evento e a agência Bali, sediada em Recife-PE, motivada pelo interesse em fortalecer o vínculo da marca com as raízes culturais nordestinas. A escolha do Movimento Armorial como referência estética e simbólica, embora não possua relação direta com o São João, revelou-se estratégica, visto que tratou-se de uma homenagem a uma manifestação artística que sintetiza a fusão entre modernidade e tradição, valores que definem a essência da Soul João.

O principal desafio do processo de criação consistiu em equilibrar a modernidade da identidade original - associada à música eletrônica, às luzes e à atmosfera urbana - com o resgate da tradição junina e do imaginário sertanejo. O resultado é uma proposta visual ousada, que utiliza referências armoriais de maneira sutil, sem recorrer à literalidade ou à reprodução direta de elementos previamente existentes no movimento. A ausência proposital de uma tipografia explicitamente armorial, por exemplo, reforça a intenção de não

se apropriar de uma estética já consolidada, mas de reinterpretá-la sob uma perspectiva contemporânea.

Embora o evento apresente uma composição visual essencialmente moderna, evidencia-se a capacidade da campanha de resgatar elementos da história, da cultura e da tradição nordestina de forma criativa e atualizada. Essa dualidade revela a sensibilidade da equipe de criação ao compreender que a modernidade não exclui a ancestralidade, mas pode funcionar como meio de traduzi-la para novos públicos. Além disso, identifica-se uma estratégia relevante adotada pela equipe: o aproveitamento do destaque midiático em torno do lançamento de *O Auto da Compadecida 2*, obra de Ariano Suassuna, principal expoente do Movimento Armorial. Ao associar-se de maneira sutil a esse tema em evidência, a campanha reforçou a pertinência cultural de sua narrativa e ampliou sua capacidade de gerar identificação com o público, articulando-se ao imaginário coletivo nordestino e à valorização simbólica das raízes regionais.

Imagens 1 e 2 – Identidade e Direcionamento Visual - Foto palco com elementos do Movimento Armorial (respectivamente)



Fonte: Manual de Identidade Visual do Soul⁴



Fonte: Arquivo fotógrafo Samuel Santos

⁴ <https://drive.google.com/file/d/1CDNKQ8F8oJMIP34vgJ0y9zwmzxQWGa37/view>

A leitura das peças gráficas evidencia um diálogo direto com a estética armorial. As formas orgânicas, as linhas sinuosas e as composições radiais evocam a xilogravura nordestina, linguagem visual característica do Movimento Armorial, conforme destaca Uihôa (2023), a xilogravura constitui “um código visual de pertencimento cultural”, e sua presença na publicidade contemporânea representa um gesto de continuidade histórica e simbólica.

Imagens 3 e 4 – Peça gráfica de divulgação – Conceito da Campanha (respectivamente)



Fonte: Instagram @festasouljoao

Fonte: Manual Identidade Visual Soul

Na campanha da Soul João, observa-se a incorporação desses códigos sob uma ótica abstrata. Elementos como a onça caetana, os pássaros e as serpentes, figuras emblemáticas nas obras de Gilvan Samico⁵, foram reinterpretados como grafismos vetoriais, integrando-se à identidade visual de maneira fluida e contemporânea. O resultado é um conjunto imagético que preserva o sentido místico e simbólico do Armorial, mas o expressa por meio de recursos visuais digitais, de cores vibrantes e de composições geométricas modernas.

⁵ Gilvan Samico (1928–2013) foi um artista pernambucano cuja obra em xilogravura traduz o imaginário popular nordestino. Integrante do Movimento Armorial, uniu técnica refinada e simbolismo popular em composições que exaltam a cultura e a mitologia regional.

Imagem 5 – Peças gráficas com elementos do Armorial



Fonte: Manual de Identidade Visual do Soul

Imagem 6 – Símbolos utilizados nas peças gráficas do Soul João



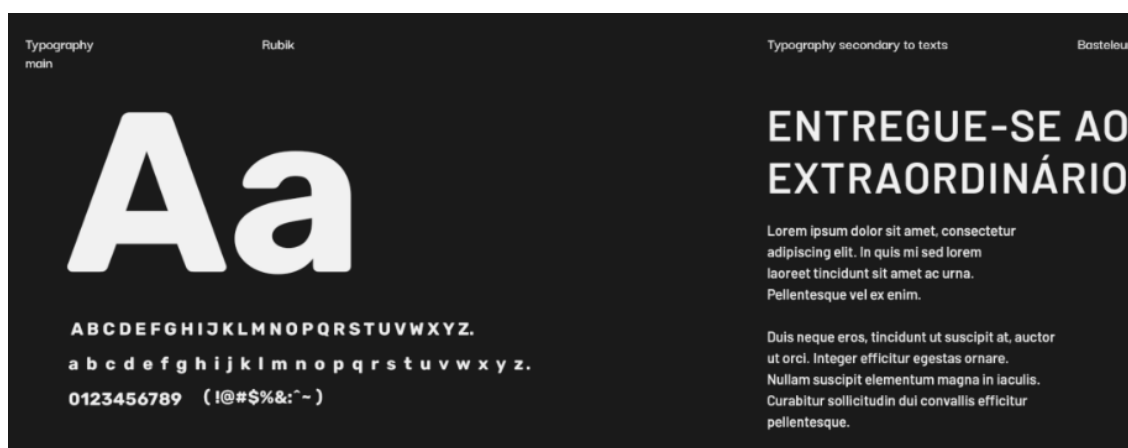
Fonte: Manual de Identidade Visual do Soul

O estudo cromático das peças apresenta o predomínio de tons terrosos e alaranjados, que remetem à aridez do sertão e à estética das xilogravuras, contrastados com o uso de cores metálicas e contrastantes, próprias do universo eletrônico. Essa fusão cromática representa visualmente a convergência entre a ancestralidade e a modernidade, um dos pilares do conceito armorial reinterpretado na campanha.

O design das peças gráficas, especialmente dos cartazes e *key visuals*⁶, reflete essa intenção. O uso de vetores e linhas que remetem à xilogravura, aliado ao emprego de simetrias e padrões rítmicos, confere uma sensação de movimento e de celebração coletiva. Tais recursos reforçam a ideia de que a festa é, simultaneamente, evento e ritual, um espaço de entretenimento e, ao mesmo tempo, de afirmação cultural.

A tipografia, por sua vez, optou-se por uma fonte sem serifa, de traços limpos e contemporâneos, evitando o uso de tipografias que poderiam aproximar o projeto de uma apropriação cultural. Essa escolha se alinha à intenção de “homenagear de forma sutil”, conforme afirmou o diretor de criação da agência, Thiago Falcão, e dialoga com a proposta de Suassuna (1974), que concebeu o Armorial não como a reprodução literal do popular, mas como sua transfiguração erudita.

Imagem 7 – Tipografia utilizada



Fonte: Manual de Identidade Visual do Soul

No *layout*, as composições priorizam o movimento e a fluidez. As formas circulares e diagonais remetem à dança, à musicalidade e ao ritmo das celebrações juninas, criando uma narrativa visual que remete tanto a festividade quanto a contemplação estética.

A campanha Soul João 2024 demonstra que o design gráfico pode atuar como um veículo de preservação simbólica. A estética adotada não se

⁶ Um key visual (KV) é a imagem central e o guia visual que resume a essência de uma campanha de marketing ou identidade visual, servindo de referência para todas as outras peças gráficas.

restringe à ornamentação, mas constrói um discurso identitário que articula pertencimento e orgulho regional. A integração entre elementos do Movimento Armorial e referências à cultura popular nordestina traduz-se em uma linguagem visual que reafirma a ideia de continuidade cultural, e não de ruptura.

O conceito de “modernidade enraizada”, perceptível na identidade visual, aproxima-se da noção de aculturação positiva descrita por Borges (2008), segundo a qual diferentes tradições se fundem sem anular-se, resultando em novas formas expressivas. Nesse sentido, a festa projeta uma imagem que dialoga com o público jovem sem abandonar os códigos simbólicos da cultura que constitui a base da nossa história.

Dessa forma, a Soul João 2024 reafirma a potência do design gráfico como instrumento de mediação cultural, capaz de atualizar referências tradicionais sem descaracterizá-las. Ao revisitar o Movimento Armorial sob uma perspectiva contemporânea, a campanha contribui para a circulação e ressignificação desses repertórios no imaginário jovem, fortalecendo a presença das artes populares no contexto midiático atual. Trata-se de um exercício de tradução visual que, ao mesmo tempo em que preserva os símbolos identitários nordestinos, os reintegra a práticas comunicacionais alinhadas às estéticas digitais.

Em síntese, a proposta visual da Soul João 2024 demonstra que é possível construir narrativas publicitárias que conciliem modernidade, memória e pertencimento. Ao articular elementos do Armorial com signos do sertão e do São João, a campanha não apenas promove o evento, mas reafirma valores culturais que compõem a identidade nordestina. Assim, o projeto consolida a marca como agente ativo na valorização simbólica da região, contribuindo para um diálogo contínuo entre tradição e contemporaneidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa buscou compreender de que modo a publicidade contemporânea mobiliza elementos da cultura popular nordestina, da folkcomunicação e da estética armorial como estratégias de ressignificação

simbólica. A análise da campanha Soul João 2024 evidenciou que a comunicação de marca, quando fundamentada na valorização das tradições regionais, pode atuar como um importante vetor de preservação e atualização cultural.

Observou-se que a campanha se constrói a partir de uma síntese entre modernidade e ancestralidade, dialogando diretamente com o ideal armorial de integração entre o erudito e o popular. Ao reinterpretar códigos visuais associados à xilogravura, às narrativas do sertão e à simbologia própria da cultura nordestina, a Soul João 2024 demonstra que é possível estabelecer conexões afetivas e identitárias com o público contemporâneo sem recorrer a caricaturas ou apropriações superficiais.

Além disso, verificou-se que a folkcomunicação desempenha papel fundamental nesse processo. Conforme discutido ao longo do trabalho, essa perspectiva permite compreender como saberes populares, narrativas orais e tradições coletivas se tornam dispositivos comunicacionais potentes, especialmente quando articulados em campanhas que buscam representar e dialogar com o imaginário regional. No caso estudado, a campanha utilizou tais referenciais não apenas como ornamento visual, mas como eixo central de construção de sentido, reforçando pertencimento e autenticidade.

Outro ponto relevante diz respeito à capacidade da publicidade de atuar como mediadora cultural. Embora inserida em um contexto mercadológico, a comunicação da Soul João demonstra que o mercado do entretenimento pode contribuir para a visibilidade e valorização das manifestações culturais nordestinas, desde que desenvolva suas narrativas com respeito, pesquisa e intencionalidade estética. Assim, o design gráfico, a direção de arte e a narrativa institucional da campanha revelam-se instrumentos de continuidade simbólica, permitindo que repertórios históricos sejam reinterpretados para novos públicos.

Diante disso, conclui-se que a campanha Soul João 2024 representa um caso significativo de como a publicidade pode utilizar de elementos culturais de maneira ética e criativa, fortalecendo a memória coletiva e ampliando as possibilidades de representação do Nordeste no cenário midiático contemporâneo. Essa estratégia não apenas reforça a identidade do evento, mas também contribui para a circulação de estéticas regionais que,

historicamente marginalizadas, passam a ocupar espaços de destaque na comunicação atual.

Por fim, destaca-se que o estudo abre caminhos para pesquisas futuras que investiguem outras campanhas que dialogam com tradições populares, bem como análises comparativas entre diferentes apropriações estéticas dentro da publicidade brasileira. A compreensão desses processos é essencial para refletir sobre o papel da comunicação na preservação e transformação das identidades culturais, especialmente em um contexto cada vez mais globalizado, híbrido e visual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBUQUERQUE JUNIOR, Durval Muniz de. **A invenção do Nordeste e outras artes**. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2011.
- ARAÚJO, Denilson; FAJER, Mirella. **Folkmarketing**: estratégias de comunicação e consumo popular. Curitiba: Appris, 2018.
- BAKHTIN, M. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**: o contexto de François Rabelais. Trad. Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Hucitec; Brasília: Editora da UnB, 1987.
- BELTRÃO, José Manuel de Carvalho. **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Summus, 1980.
- BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 2004. (Obras Escolhidas, v. 1).
- BORGES, J.; SAMICO, G. **Xilogravura armorial**: imagens do sertão. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 2008.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 9. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1983..
- FERRETTI, Sérgio F. (Org.). **Notícias sobre o negro e festas populares em jornais maranhenses entre 1858 e 1938**. São Luís: UFMA / SECMA, 2014. Disponível em: <https://livrozilla.com/doc/921160/not%C3%ADcias-sobre-o-negro-e-festas-populares-em-jornais?>
- HALL, Stuart. **A centralidade da cultura**: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. In: Educação & Realidade. jul/dez. 1997. p. 15-46.
- HALL, Stuart. Quem precisa de identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

MELO, José Marques de. **Mídia e Cultura Popular**: História, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

MACHADO, Douglas (org.). **Entrevista com Ariano Suassuna**. Hobicua, Teresina, 2015.

SANTOS, Marília. **O som do sertão erudito**: o Quinteto Armorial e a tradução musical da identidade nordestina. Revista de Cultura Brasileira, 2024.

SUASSUNA, Ariano. **O Movimento Armorial**. Recife: Editora Universitária UFPE, 1974.

ULHÔA, Marco Túlio. **Arte armorial**: estética e identidade cultural no Brasil. Revista Rumores, v. 17, n. 33, 2023. Disponível em:

<https://revistas.usp.br/Rumores/article/download/227230/210665/735285>

WILLIAMS, Raymond. **Palavras-chave**: um vocabulário de cultura e sociedade. Tradução de Sandra Guardini Vasconcelos. 3. ed. São Paulo: Boitempo, 2008.