

Folkcomunicação e trote estudantil – a festa político carnavalesca da Peruada em São Paulo¹

Anaelson Leandro de Sousa²
Universidade Estácio de Sá – UNESA
Universidade do Estado da Bahia – UNEB

Resumo

Os trotes estudantis são práticas que ocorrem em ambiente universitário e são justificadas a partir de uma tradição que marca, mesmo que temporariamente, a hierarquia entre estudantes calouros e veteranos. No contexto da Folkcomunicação essa manifestação tem recebido pouca atenção. No entanto, o trote em calouros aparece na proposta de classificação de gêneros e formatos folkcomunicacionais (MELO, 2005) como um tipo no formato manifestação, gênero Folkcomunicação Cinética. O nosso objetivo é discutir o trote estudantil como pertencente aos gêneros da Folkcomunicação, tomando como exemplo a Peruada, calourada da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo. Pretendemos apenas aproximar este rito estudantil como objeto de análise folkcomunicacional.

Palavra-chave: Folkcomunicação cinética; Trote estudantil; Tradição inventada

Introdução

Esta comunicação discute o trote estudantil como objeto de estudo da Folkcomunicação, tomando como referência a calourada da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo (Peruada).

Os trotes em São Paulo na área de Direito começaram no século XIX, após a criação do curso jurídico em 11 de agosto de 1827, no entanto com denominação de peruada se inicia na década de 1940, ou mesmo antes, quando ocorreu um furto de perus expostos no Parque da Água Branca. Alguns desses perus pertencia a um professor e foram assados e comidos pelos estudantes em um banquete realizado dentro da faculdade. Desde então, o trote dos estudantes utiliza o peru como símbolo da libertação dos calouros, quando cessam as “brincadeiras” dos estudantes veteranos.

Folkcomunicação

¹ Trabalho apresentado no GT Folkcomunicação, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando em Educação pelo PPGE/UNESA, professor do Curso de Jornalismo em Múltiplos Meios da Universidade do Estado da Bahia – UNEB, campus III. E-mail: anaelsonleandro@gmail.com.br

A Folkcomunicação é uma teoria a partir do estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressões de ideias (BELTRÃO, 2001). Gobbi (2013, p.522) ao refletir sobre o texto seminal de Beltrão, mais de 45 anos depois, afirma que folkcomunicação estabeleceu uma nova maneira de entender a comunicação tradicional, chamada também pelo pesquisador de “comunicação ortodoxa” “despertando nesses espaços de cultura de massa a possibilidade de manutenção, divulgação e preservação dos processos de cultura popular”.

Melo (2005, 2008) foi muito importante ao mostrar que a teoria poderia buscar outras possibilidades de pesquisa através das mais variadas formas de manifestação popular. O autor sugere uma classificação de gêneros da Folkcomunicação³ construída a partir de formas de expressões determinadas pela combinação de canal e código. Quatro grandes gêneros são identificados: Folkcomunicação Oral, Folkcomunicação Visual Folkcomunicação Icônica e Folkcomunicação Cinética. O trote estudantil foi considerado pertencente ao gênero Folkcomunicação Cinética, aparecendo nos formatos manifestação e ritos de passagem⁴. A recepção dos calouros, em algumas situações pode ainda se aproximar do formato folguedo, mas recebe pouca atenção como objeto no campo da folkcomunicação. É preciso considerar a dimensão popular, e menos acadêmica desse ritual estudantil.

Ligamos conceitualmente a Folkcomunicação com as raízes dos folguedos universitários surgidos na Idade Média. Para Frias (2003) os trotes⁵ são influenciados desde a origem pela autonomia acadêmica, que regula seus próprios ritos internos formais e informais, e transubjetividade da cultura popular. Assim, para o autor, a tradição estudantil é influenciada pelas práticas formais e não formais, além daquelas que provém da própria instituição universitária (títulos de bacharelado e licenciatura, de mestrado e doutorado, *honoris causa*, etc.), e tradições ligadas aos meios popular e rural (roubos, enterros rituais, procissões, etc.). A juventude estudantil de forma dinâmica e criativa, se

³ As primeiras conversas sobre classificação dos gêneros e formatos da folkcomunicação surgiram no final da década de 1970 entre os pesquisadores Marques de Melo e Luiz Beltrão.

⁴ Apesar de não ser classificado por Melo (2005), entendemos que o trote, igualmente a cerimônia de formatura, é um ritual que marca a passagem do estudante do ensino médio para o nível superior.

⁵ Em Portugal os trotes aparecem na Universidade de Coimbra desde o período medieval, e desde a segunda metade do século XIX é chamado de praxe acadêmica.

apropria desse hibridismo cultural para realizar empréstimos e desvios de sentido que podem ocorrer de forma caricatural, humorística, grotesca, farsante e crítica.

Consideramos que o trotes estudantil, a exemplo da Peruada, tem raízes nas tradições rurais e acadêmicas, mas atualmente muito se aproxima do conceito de “invenção” (HOBSBAWM e RANGER, 2008): são “tradições” inventadas, àquelas que foram construídas e formalmente institucionalizadas, quanto as que surgiram de maneira mais difícil de localizar seu passado.

As tradições inventadas são definidas como um conjunto de práticas, com regras fechadas ou abertas, de natureza ritual ou simbólica, que “visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente, uma continuidade em relação ao passado” (HOBSBAWM e RANGER, 2008, p. 9).

Discussão

Em 18 de outubro de 2022⁶, após o abrandamento das medidas sanitárias da pandemia da Covid-19, os estudantes de Direito saíram às ruas com o tema “Meu Peru não tá tranquilo, quer 100 anos de sigilo”, uma referência satírica ao “decreto” do presidente Jair Bolsonaro que restringe acesso a informações⁷. O registro fotográfico (Figura 1) contempla apenas o início da concentração de público e a comunicação visual, onde identificamos cartazes com os dizeres: “Meu peru não é otário, ele fora Bolsonaro” e “Meu peru não quer polícia, ele é antirracista”, demonstrando que apesar do sigilo de 100 anos, outros temas emergem como indignação a governante e racismo.

Figura 1
Mosaico de imagens da concentração da Peruada 2022



⁶ O autor esteve presente apenas na concentração do evento durante o período matutino.

⁷ O sigilo de 100 anos consta na Lei de Acesso à Informação (LAI), sancionada em novembro de 2011, e protege as informações caracterizadas como pessoais (intimidade, vida privada, honra e imagem de um cidadão). O sigilo decretado envolve o cartão de vacinação da Covid-19 do presidente da república Jair Bolsonaro; informações sobre visitas e acessos ao Palácio do Planalto; e processo disciplinar contra o ex-ministro da saúde Eduardo Pazuello.



Fonte: Fotos do autor

A Peruada difere dos trotes mais comuns pelo seu posicionamento político. A comunicação da festa utiliza diversas estratégias: marca visual com a estilização de um peru como símbolo central; slogan que funciona como palavra de ordem (“Meu Peru não tá tranquilo, quer 100 anos de sigilo”) modificado a cada edição; cartazes que remetem ao tema do ano; área instagramável⁸ para fotos.

Percebemos que este trote específico apresenta uma estrutura de comunicação que supera o seu estado cinético em uma rede de significados que pode até repensar a classificação clássica do trote (MELO, 2005 e 2008).

Especificamente neste tipo de trote estudantil abrangente, identificamos diversas possibilidades de uso da teoria da Folkcomunicação. Inicialmente, destacamos como primeira impressão uma proximidade com o conceito de folkmarketing⁹ (LUCENA FILHO, 2012), que mostra o grau institucional controlado por estudantes. Temos então,

Apresentar conclusões aqui seria um risco, no entanto, podemos apenas contribuir com considerações “especulativas” até o momento. Acreditamos que a existência de cultura popular em ambientes educacionais, pode nos ajudar a explorar outros tipos de trotes e a sua natureza comunicativa.

Referências

BELTRÃO, L. **Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressões de ideias**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2001.

GOBBI, M.C. Gênese da Folkcomunicação. In: MELO, M.J; FERNANDES, G.M. (Orgs.). **Metamorfose da Folkcomunicação: antologia brasileira**. São Paulo: Editae Cultural, 2013, p. 521-530.

⁸ A área instagramável é uma estratégia de marketing que permite aos participantes a divulgação espontâneo e orgânica de marca, campanha ou evento, cujo *locus* é idealizado para comunicar lugares, permitir registro fotográfico padronizado, compartilhamento em redes sociais.

⁹ Modalidade comunicacional que estuda como surgem e se desenvolvem a apropriação das expressões simbólicas da cultura popular e as estratégias usadas por organizações públicas e privadas com objetivos mercadológicos e institucional (LUCENA FILHO, 2012)

FRIAS, A. Praxe académica e culturas universitárias em Coimbra. Lógicas das tradições e dinâmicas identitárias, **Revista Crítica de Ciências Sociais** [Online], n. 66, 2003. Disponível em: <http://journals.openedition.org/rccs/1147> . Acesso em 20 jun. 2025.

HOBBSBAWM, E; RANGER, T. (orgs.). **A invenção das tradições**. 6ª edição. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2008.

LUCENA FILHO, S. A. de. **Festa Junina em Portugal: Marcas culturais no contexto do folkmarketing**. João Pessoa: UFPB, 2012.

MELO, J.M. **Taxionomia da Folkcomunicação: gêneros, formatos e tipos**. Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, INTERCOM/UERJ. Rio de Janeiro, 6-9 setembro de 2005.

_____. **Mídia e Cultura Popular: História, Taxionomia e Metodologia da Folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.