

Aspectos de gênero, raça e classe na comunicação estratégica do perfil @festivalalagadicas no Instagram¹

Laís Barros Falcão de ALMEIDA²
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Mossoró, RN

RESUMO

Este artigo analisa aspectos de gênero, raça e classe na comunicação estratégica do Festival Alagadiças, tendo como metodologia a análise quantitativa e qualidade do perfil do festival no Instagram, e dos conteúdos de suas publicações, e base teórica o campo da comunicação estratégica articulado aos estudos feministas. Foi possível apontar que a comunicação estratégica dos eventos utilizou o feminismo e o empoderamento na identidade visual e na divulgação, através da publicação de imagens positivas de mulheres alagoanas como trabalhadoras e artistas no cenário cultural alagoano, exercendo representatividade, e da autodefinição profissional de mulheres negras.

PALAVRAS-CHAVE: gênero; raça; classe; comunicação estratégica; festival alagadiças.

CORPO DO TEXTO

O Festival Alagadiças é um evento cultural feito por mulheres alagoanas que envolve música, dança, performance, teatro e poesia. A primeira edição do festival aconteceu em celebração ao 8 de março, Dia Internacional da Mulher, em 2021, no contexto de isolamento social por conta da segunda onda da pandemia de Covid-19, e no formato de transmissão ao vivo das apresentações que aconteceram no Teatro de Arena Sérgio Cardoso, em Maceió/AL, através do canal YouTube do projeto. Uma realização de Dagô Produções, Batuque Empreendimentos, com apoio financeiro da Lei Aldir Blanc, e produção de Sal Bernardo, Mel Nascimento e Sandra Sena. Além de uma programação com artistas alagoanas.

A segunda edição do Festival Alagadiças ocorreu em 2022, durante as tardes e noites dos dias 22, 23 e 25 de julho (Dia Internacional da Mulher Negra, Latino Americana e Caribenha), no Sebrae do centro da capital alagoana, de forma presencial e com entrada gratuita, e teve oficinas, feira afroempreendedora, exposição audiovisual, poesia, dança e música, com o propósito de reunir mulheres negras, indígenas e afro-

¹ Trabalho apresentado na DT 06 – Interfaces Comunicacionais do 23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 20 a 22 de junho de 2023.

² Doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco e professora temporária de Jornalismo na Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, email: lais_falcao@yahoo.com.br.

indígenas. A parceria de Sal Bernardo e Mel Nascimento continuou na produção do festival, com realização de suas empresas Dagô Produções e Batuque Empreendimentos, respectivamente, patrocínio do Sebrae e da Secretaria de Estado da Cultura de Alagoas (Secult/AL), e apoio do Fundação Municipal de Ação Cultural (FMAC) da prefeitura de Maceió, por meio de editais de fomento da cultura e economia criativa.

A divulgação do Alagadiças foi feita na imprensa e por meio do perfil @festivalalagadicas no Instagram (IG)³, como um festival composto majoritariamente por mulheres, que na primeira edição teve como mote o empoderamento, e na segunda as mulheres negras. A questão que surge, então, é a seguinte: quais aspectos de gênero, raça e classe estão presentes na divulgação desse festival? Portanto, o objetivo desse trabalho é analisar a comunicação do Festival Alagadiças e apontar aspectos de gênero, raça e classe. Para isso, será feita uma análise quantitativa e qualitativa da conta do IG, criada em fevereiro de 2021, e de suas publicações.

A fundamentação teórica nos estudos de comunicação estratégica, que pesquisa sobre a comunicação nas organizações, sejam elas insituições, entidades sem fins lucrativos, empresas, entre outras (RUÃO, 2020), dentro da perspectiva da comunicação organizacional e com uma abordagem de gestão, define a comunicação estratégica como “a comunicação alinhada com a estratégia geral da empresa, com vista a promover o seu posicionamento” (AGENTI et al, 2005, p. 61). Os estudos da comunicação estratégica também exploram seu conceito para além da comunicação orientada pela eficácia e pela gestão das empresas, e mais voltada para sua aplicação na sociedade (RUÃO, 2020), em como implantá-la no avanço das metas de mudança social, cultural e política (WILKINS et al., 2014). E se tratando da comunicação estratégica nas mídias sociais, a indicação é trabalhar principalmente com a produção e publicação de conteúdos relevantes (BUENO, 2015).

O perfil do Festival Alagadiças (@festivalalagadicas) possui 2.442 seguidores, segue 96 perfis, possui 77 publicações, e na biografia tem a seguinte definição: “Festival Cultural de Mulheres Alagadiças. Mulheres na música, dança, performance, teatro e poesia”. A maioria das publicações conta com a #Feminismo, como forma de marcar que o festival é feminista e promove esse posicionamento de suas empresas realizadoras, de suas produtoras e participantes. O feminismo também aparece visualmente no logo com

³ Disponível em: <https://www.instagram.com/festivalalagadicas/>. Acesso em: 7 maio 2023.

o movimento de uma onda, e na ilustração do festival, com mulheres artistas de vários setores, uma delas com o braço erguido e a mão fechada como símbolo de luta.

O termo empoderamento feminino aparece em textos de publicações da primeira edição do festival afirmando que o evento traz para os palcos alagoanos esse debate do feminismo, e que para expressar o poder da mulher, a arte foi escolhida como a grande aliada de resistência. Dessa forma o empoderamento é incorporado na divulgação da primeira edição do festival nas publicações do IG, como valor estratégico de se posicionar nas discussões do feminismo, mas atrelado ao poder das mulheres no campo das artes. A maioria das publicações possuem os nomes e as imagens das mulheres integrantes do projeto e que fazem parte das atrações dos festivais, em afirmação dessas mulheres como trabalhadoras e artistas do cenário cultural em Alagoas. As publicações apresentando as produtoras Sal Bernardo, Mel Nascimento e Sandra Sena, na primeira edição do festival, além do card com a arte do festival com fotos dessas mulheres negras, possuem textos, pequenas biografias profissionais apresentando cada uma delas.

Segundo Patrícia Hill Collins (2016):

Quando mulheres negras definem a si próprias, claramente rejeitam a suposição irrefletida de que aqueles que estão em posições de se arrogarem a autoridade de descreverem e analisarem a realidade têm o direito de estarem nessas posições. Independentemente do conteúdo de fato das autodefinições de mulheres negras, o ato de insistir na autodefinição dessas mulheres valida o poder de mulheres negras enquanto sujeitos humanos. (p. 104).

Para Joice Beth (2019), mulheres negras que se autodefinem como exemplos positivos a serem seguidos por outras estão exercendo a representatividade. Ainda com base na autora, em sua reflexão sobre estética e noções de empoderamento, ela afirma que “a aplicação da autodefinição, que pode mudar de maneira decisiva a autoimagem de toda a população negra” (p. 119).

Grande parte das publicações são vídeos e fotografias da cobertura das duas edições do festival, imagens de mulheres alagoanas brancas, negras, indígenas, afro-indígenas, LGBTQIA+ se apresentando e se expressando através de diversas linguagens artísticas, e delas nos bastidores, reforçando ainda mais a afirmação dessas artistas e trabalhadoras no cenário cultural alagoano. Nas imagens da segunda edição, a maioria foram das oficinas e contaram também com fotos das mulheres reunidas, algumas se abraçando. Joice Berth (2019) afirma que a afetividade também faz parte do processo de

empoderamento, e como mulher negra explica como isso acontece: “pelo cultivo das boas relações com outras mulheres negras, tendo em vista que ser gentil com aquelas que nos servem de espelho social é uma ação empoderadora do nosso estado emocional, pois é agir com gentileza para conosco mesmas” (p. 145).

Dessa forma, a comunicação no perfil @festivalalagadicas no Instagram é antimachista e antirracista, e se utiliza da estratégia do empoderamento feminino, sobretudo de mulheres negras, através de imagens positivas: delas atuantes como trabalhadoras e artistas no cenário cultural alagoano, e da autodefinição delas em pequenas biografias profissionais, além da afetividade entre elas em imagens dos bastidores e durante as oficinas. É perceptível o não posicionamento anticapitalista na ausência de aspectos de classe na comunicação da conta e de suas publicações de forma explícita, mas eles existem e estão no âmbito dos recursos financeiros disponíveis para a realização dos festivais, bem como na produção da sua comunicação, que contou com o orçamento restrito fruto dos apoios de editais de financiamento, bem como na origem periférica de mulheres que trabalharam e participaram como atrações nos festivais.

Assim, pode se concluir que a comunicação estratégica do Festival Alagoanças em seu perfil do Instagram criou uma imagem e identidade de marca de festival alagoano que preza pela diversidade e inclusão social, tendo em vista que também participaram dos festivais mulheres trans alagoanas, e a divulgação do trabalho de mulheres alagoanas intérpretes de libras que participaram das edições dos festivais, interpretando as apresentações através da língua dos sinais, bem como por meio de publicação em vídeo convidando os seguidores do IG para participarem dos festivais.

REFERÊNCIAS

- ARGENTI, P. A.; HOWELL, R.A; BECK, K. A. **The strategic communication imperative.** MIT Sloan Management Review, v. 46, n. 3, 2005, p. 61-67.
- BERTH, J. **Empoderamento.** São Paulo: Sueli Carneiro; Pólen, 2019.
- BUENO, W. **Comunicação estratégica nas mídias sociais.** São Paulo: Manole, 2015.
- COLLINS, P. H. Aprendendo coma a outsider within: a significação sociológica do pensamento feminista negro. **Sociedade e Estado**, V.31, n. 1, p. 99-127, 2016.
- DAVIS, A. **Mulheres, raça e classe.** São Paulo: Boitempo, 2016.
- WIKINS, K. G.; TUFTE, T.; OBREGON, R. **The handbook of development communication and social change.** Hoboken: John Wiley & Sons, 2014.