

A IDENTIDADE CULTURAL SÃO-JOANENSE NO DISCURSO DA CAPITAL BRASILEIRA DA CULTURA¹

THE SÃO-JOANENSE CULTURAL IDENTITY IN THE DISCOURSE OF THE BRAZILIAN CAPITAL OF CULTURE

Tatiane Chaves Ribeiro*

Resumo

São João del-Rei, quando era ainda uma vila, recebeu um contingente dos povos atraídos pela exploração do ouro. A diversidade de pessoas que aqui se instalaram ocasionou uma diversidade cultural. No fim de 2006, a cidade foi escolhida para ser a Capital Brasileira da Cultura 2007, cujo objetivo era promover a cidade e suas atrações culturais, por meio de sites, pôsteres e uma música composta especialmente para essa finalidade. Dessa forma, este trabalho visa a analisar a construção da identidade cultural da cidade por meio de um cartaz produzido no contexto da Campanha Capital Brasileira da Cultura. Sem a intenção esgotar os conceitos e as questões a respeito dos termos identidade cultural e representação, a análise deste trabalho baseia-se em reflexões teóricas de Stuart Hall. Como resultado da análise dos enunciados e da representação visual, observa-se que estes procuram produzir um consenso sobre a identidade são-joanense.

Palavras-chave: *Cultura, Identidade Cultural, Representação.*

Abstract

When São João del-Rei was still a village, a contingent of people was attracted by the local exploration of gold. The diversity of peoples who settled in the town promoted a cultural diversity. At the end of 2006, the town was chosen to be the 2007 Brazilian Capital of Culture which aimed to promote the town and its cultural attractions, through its title, sites, folders, posters and a musical piece that was especially composed for that end. Following that, this work aims at analyzing the construction of the town's cultural identity as by the content of one of the posters produced in the context of the Brazilian Capital of Culture campaign. Without the intention to exhaust the concepts and questions concerning cultural identity and representation, this work relies on Stuart Hall's theoretical reflections and, as a result of the analysis of the enunciations and the visual representation in this object of study, we observe that they seek to produce a "consensus" around the são-joanense identity.

Key words: *Culture, Cultural Identity, Representation.*

I Introdução

São João del-Rei é conhecida e famosa por ser a *terra da música, terra onde os sinos falam*, por seus rituais religiosos centenários, por seu casario colonial, pela Maria Fumaça, por seus personagens políticos de destaque nacional, dentre tantos outros aspectos. No final de 2006, a cidade foi escolhida para ser a Capital Brasileira da Cultura em 2007. Visando à divulgação desse título, foram desenvolvidos *sites, folders*, cartazes e composta uma música.

O contexto de produção desses veículos situa-se em 2007 quando os sujeitos – líderes municipais – intentam divulgar o nome da cidade e seus atrativos culturais, objetivando o desenvolvimento da mesma. Por conseguinte, São João del-Rei torna-se um produto cujo aspecto cultural é traduzido e “vendido” em *folders*, música, *site* e cartazes. O contexto de recepção destes, também, acontece em 2007 quando moradores e turistas têm acesso a esses materiais publicitários.

Há, em São João del-Rei, o programa Atitude Cultural, que desenvolve projetos, os quais buscam valorizar e propagar as riquezas culturais da cidade. Dentre esses projetos, está o lema “Ser nobre é ter identidade”, que tem

por objetivo pesquisar, valorizar, divulgar e registrar a identidade cultural brasileira através de agendas-diário, cartazes culturais, marcadores de livro, calendários, exposições itinerantes a céu aberto e *site* (2007: *online*)².

Sendo assim, este trabalho tem por objetivo analisar a edificação da identidade cultural são-joanense, construída em um desses cartazes (produzido pelo programa Atitude Cultural), no contexto da campanha Capital Brasileira da Cultura. O cartaz, em suas margens, é constituído por fotos de São João del-Rei. Já no centro, há seis ilustrações e o enunciado: *Ser nobre é ter identidade. São João Del Rei – Capital Brasileira da Cultura 2007*. Como propósito, pretende-se relacionar a parte icônica com o enunciado. Para embasamento teórico, tomam-se como referência obras de Stuart Hall (2003, 2004) e também de Tomaz Tadeu da Silva (2004), que apresentam discussões acerca de termos como “identidade cultural” e “representação”.

2 Capital da Cultura

O conceito de Capitais Nacionais da Cultura tem sido internacionalmente

*difundido e implementado, visando preservar, valorizar, promover e difundir a identidade cultural das cidades e dos países no mundo (2007: online)*³.

A campanha Capital da Cultura surgiu, em 1985, na Grécia (onde atualmente são contempladas duas cidades por ano como capitais), elegendo Atenas como Capital Europeia da Cultura.

Com o decorrer dos anos, outras localidades aderiram à campanha. No Brasil, foi criada em 2004 a Organização Capital Brasileira da Cultura. O objetivo dessa campanha, aqui no país, é divulgar a diversidade cultural brasileira, valorizar o patrimônio cultural, material e imaterial, colaborando, dessa forma, para a sua preservação e divulgando os atrativos do Brasil. Assim, estimula-se o desenvolvimento do turismo interno e recebe-se o turismo internacional. A campanha tem o apoio do Ministério da Cultura, do Turismo, da UNESCO e da Organização Capital Americana da Cultura (ONG. CAC). A primeira Capital Brasileira da Cultura (CBC – doravante) eleita foi Olinda em 2006.

Segundo os responsáveis pela campanha São João del-Rei – CBC 2007 –, fatores como a cidade ser uma das mais antigas de Minas Gerais, possuir um dos mais importantes patrimônios históricos do Brasil, as orquestras bicentenárias que mantêm a tradição religiosa, os rituais centenários preservados na Semana Santa, as festas populares (carnaval, folia de reis, grupos de congados), as igrejas em estilo barroco, a “comunicação” dos sinos, a arquitetura colonial mineira, a Maria Fumaça e a participação de personagens são-joanenses na história do Brasil, como Tiradentes, Bárbara Heliodora e Tancredo Neves, contribuíram para a eleição do município.

Apesar de a campanha CBC ter como um dos objetivos a divulgação da diversidade cultural brasileira, não foram encontradas, durante esta pesquisa, reportagens na mídia que difundissem São João del-Rei como CBC 2007 em nível nacional. Somente as mídias municipal e estadual (Rede Minas, TV Alterosa e TV Panorama) divulgaram a referida campanha. Além disso, a propagação de São João del-Rei – CBC 2007 – ocorreu, principalmente, por meio de *folders*, cartazes, *site* e música distribuídos aos moradores e turistas que visitavam a cidade. A campanha foi difundida, ainda, por meio de seu logotipo impresso em embalagens (sacolas, caixas etc.) do comércio da cidade, atendendo a um pedido da Associação Comercial e Industrial como forma, também, de divulgação.

3 Identidade Cultural e Representação

Sem o propósito de esgotar os conceitos e as discussões acerca de termos como “identidade cultural” e “representação”, são traçadas aqui, em algumas linhas, visões sobre esses conceitos

discutidos em obras de Stuart Hall (2003, 2004) e Tomaz Tadeu da Silva (2004).

“Nação” e “identidade nacional” não se referem apenas ao conjunto de limites e aspectos geográficos e/ou jurídicos de determinada região. Existem, ainda, diversas características que contribuem para englobar sujeitos⁴ em um mesmo grupo nacional e, dentre estas, têm destaque a língua e a cultura. Esta é composta por produções simbólicas e costumes que atribuem características próprias a um povo e é edificada por significações e discursos. Embora haja uma hierarquia cultural representada pela polaridade existente entre alta cultura (ligada à minoria) e baixa cultura (maioria dos sujeitos pertencentes a uma mesma nação), a identidade nacional constitui-se no agrupamento dessas características culturais, considerando os diversos aspectos que configuram as distintas regiões. Tais aspectos variam conforme as classes sociais, as etnias e a história de cada parte do país. É a identidade nacional que confere singularidade a um grupo, caracterizando-o como único perante os outros, permitindo, dessa forma, que os sujeitos se reconheçam ou não como pertencentes a determinada nação, haja vista ela representa a cultura daquele país.

Consoante Hall (2004), “as culturas nacionais em que nascemos se constituem em uma das principais fontes de identidade cultural” (p. 47). Essas culturas nacionais contribuem para desenvolver padrões, os quais caracterizam um determinado grupo de pessoas enquanto nação. “As culturas nacionais, ao produzir sentidos sobre ‘a nação’, sentidos com os quais podemos nos *identificar*, constroem identidades” (HALL, 2004, p. 51: grifos no original). Esses sentidos nos possibilitam entender, por exemplo, o que significa ser brasileiro, ou seja, quais os costumes, as roupas, a língua, a culinária dessa nação que permitem aos sujeitos se identificarem enquanto seres pertencentes ao mesmo grupo cultural nacional. São exemplos de tais padrões: uma única língua para todo o país e o sistema educacional nacional.

No Brasil, a formação da identidade cultural sofreu influências da cultura de diversos povos: portugueses, índios, negros e imigrantes. Dessas influências, destacam-se a língua portuguesa, as comidas típicas, o cristianismo, a organização de um Estado Nacional, os instrumentos musicais e a própria música. Embora existam características que configurem a identidade cultural de uma nação, há, ainda, aquelas que simbolizam a cultura das diferentes regiões de um país e que podem sofrer influências de outros países dada a imigração de grupos estrangeiros.

Compreende-se, assim, que um território não é formado apenas por sujeitos que possuem uma única raiz cultural. Em meio a processos migratórios, sujeitos de diferentes origens se unem, possibilitando o contato entre as diversas culturas. Dessa forma, cidades, estados e regiões

apresentam, além das culturas nacionais, características e costumes que lhes são próprios. Destaca-se aqui a maneira de falar (vocabulário e sotaques) da população local, culinária típica, festas e características econômicas (por exemplo: a região estar voltada para trabalhos artesanais ou industriais). Nesse segmento, compreende-se que, no mundo moderno⁵, “não tem qualquer nação que seja composta de apenas um único povo, uma única cultura ou etnia. As nações modernas são, todas, híbridos culturais” (HALL, 2004, p. 62). Sendo assim, os diferentes povos, que constituem as diversas regiões de um país, possuem, além de sua identidade cultural nacional (a qual permite que os sujeitos sejam agrupados em um conjunto nacional), uma cultura própria, local, embasada nos diferentes sujeitos que ali vivem ou viveram (e têm sua cultura preservada pela tradição).

De acordo com Silva (2004), as definições de identidade só existem por causa de uma não-identidade. Em outros termos, um sujeito somente se afirma como pertencente a determinado grupo nacional, por exemplo, porque há um conjunto de sujeitos não-pertencentes àquele grupo. Dessa forma, por trás de uma afirmação identitária, sempre há uma extensão de negações e diferenças. Para o autor, a identidade e a diferença são o resultado de um ato de criação linguística:

Elas não são criaturas do mundo natural ou de um mundo transcendental, mas do mundo cultural e social. Somos nós que as fabricamos, no contexto de relações culturais e sociais (SILVA, 2004, p. 76).

Sendo assim, identidade e diferença são consideradas “atos de criação linguísticos”, pois não podem ser compreendidos fora de um sistema de significação, exteriores a um contexto carregado de signos, o qual lhes confere um sentido. Assim, entende-se que identidade e diferença são resultado de produções simbólicas e discursivas.

Outro aspecto a ser destacado na dualidade identidade / diferença é a existência do poder. Este pode ser percebido no ato de excluir / incluir (quem pertence ou não ao nosso grupo), demarcar fronteiras (isolando o “eles” do “nós”) e classificar (atribuir qualificativos).

A identidade está sempre ligada a uma forte separação entre “nós” e “eles”. Essa demarcação de fronteiras, essa separação e distinção, supõem e, ao mesmo tempo, afirmam e reafirmam relações de poder. “Nós” e “eles” não são, neste caso, simples categorias gramaticais, mas evidentes indicadores de posições – de – sujeito fortemente marcadas por relações de poder (SILVA, 2004, p. 82).

Apesar dessas demarcações, autores contemporâneos não compreendem a identidade como algo fixo, imutável. Os deslocamentos, a hibridização e o cruzamento de fronteiras, dentre outros, são considerados fundamentais na formação de novas identidades. Segundo Hall (2004):

as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado (p. 7).

No mundo pós-moderno, a globalização tem influenciado na formação e manutenção das identidades culturais, uma vez que estabelece uma relação entre a cultura global e as culturas locais, possibilitando, dessa maneira, que diversos hábitos e costumes estrangeiros (por exemplo: vestuário, festas e músicas) sejam agregados à cultura nacional.

De acordo com os teóricos modernos, a identidade e a diferença estão articuladas a sistemas de representação. Para a filosofia ocidental, o conceito de representação está ligado à busca por maneiras apropriadas de tornar o *real* presente. Para os pós-estruturalistas, a representação é concebida como um sistema de signos, ou seja, um sistema linguístico e cultural. Como afirma Silva (2004):

é por meio da representação (...) que a identidade e a diferença adquirem sentido (...). É também por meio da representação que a identidade e a diferença se ligam a sistemas de poder. Quem tem o poder de representar tem o poder de definir e determinar a identidade (p. 91).

Já, segundo Hall (2004):

as culturas nacionais são compostas (...) de símbolos e representações. Uma cultura nacional é um *discurso* – um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos (p. 50: grifos no original).

Sob esse aspecto, compreende-se a representação como sendo a maneira como a sociedade se vê e, conseqüentemente, se estrutura. “Os sistemas de representação são os sistemas de significado pelos quais nós representamos o mundo para nós mesmos e os outros” (HALL, 2003, p. 179). Então, a representação, além de reconstruir a imagem que o conjunto social tem de si, elege símbolos que reforçam a identidade do grupo. Por conseguinte, ao apresentar em determinado veículo (um cartaz, por exemplo) elementos característicos de sua cultura, uma sociedade se representa e emoldura a sua identidade. Em outros termos, exhibe elementos, práticas e signos⁶ que unem os sujeitos naquele meio social.

4 “Ser Nobre É Ter Identidade”

Na época em que era ainda um pequeno arraial, São João del-Rei recebeu um contingente que se dirigia a esta região com o objetivo de explorar ouro. A diversidade de povos que aqui se instalou

Nele, o enunciado, que dá título a este tópico localiza-se ao centro. Nas margens, há 85 fotos que ilustram diversos aspectos e momentos da sociedade são-joanense. São fotos que destacam igrejas, casarios coloniais, as comemorações da Semana Santa, tapetes de rua, culinária, fauna, flora, santeiros, artesanato, orquestras, anjo, bandas de música, teatro de rua, apresentações do Inverno Cultural, pontes e monumentos históricos, festas populares, gruta da Casa de Pedra, pintura rupestre, Maria Fumaça, bordados, paisagens antigas da cidade, rios e sinos. Verifica-se que, dessas, a maior parte é de ilustrações que fazem referência à religião (católica), à música, ao artesanato, a construções antigas e a apresentações do Inverno Cultural. Atenta-se, ainda, para o fato de que os “personagens” de algumas fotos são crianças que estão aprendendo alguma arte tradicional, como bordados ou confecção de tapetes de rua, permitindo, assim, que essas características não se percam e continuem a constituir parte da identidade cultural da região.

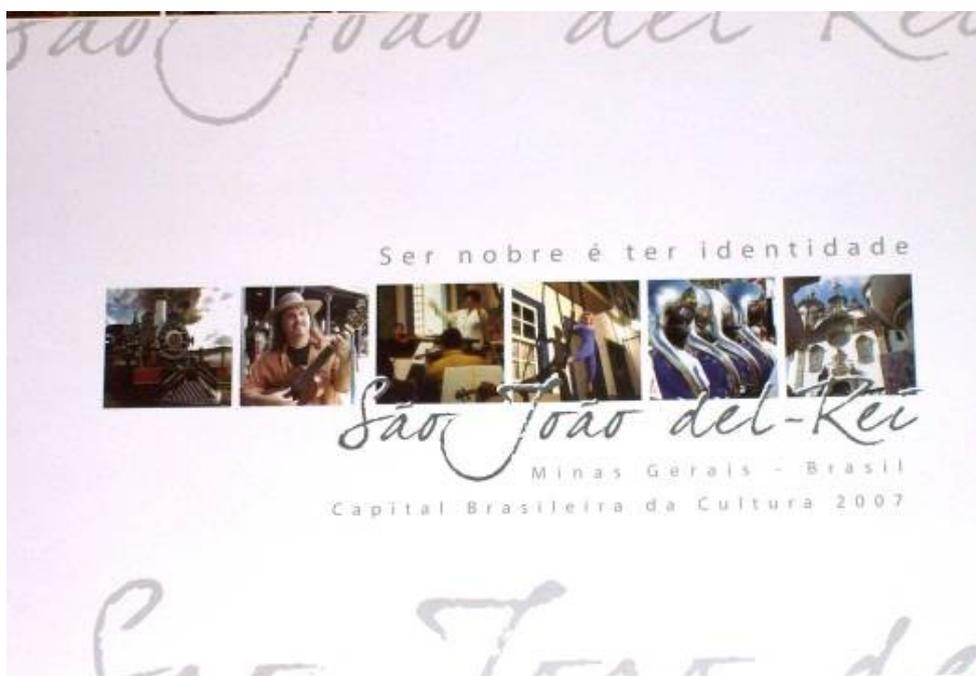
Há fotos de artesãos, santeiros e bordadeiras, que representam um trabalho mais tradicional, manufaturado. Contudo, há, também, ilustrações de peças de estanho que, apesar de ser uma característica marcante da cidade, exige uma técnica industrial.

Observam-se fotos que retratam a antiga São João del-Rei, por meio dos casarios com suas arquiteturas coloniais, orquestras bicentenárias e monumentos históricos. No entanto, outras ilustrações representam acontecimentos atuais, como passeios ecológicos (nas grutas, montanhas etc.), Inverno Cultural e bandas de música. Nota-se, então, o encontro do “antigo” com o “novo”, representando, assim, a cidade como um misto de passado e presente.

A presença de imagens e igrejas barrocas, como São Francisco de Assis, Catedral Basílica de Nossa Senhora do Pilar e Nossa Senhora das Mercês, representa a forte religiosidade da cidade, onde muitos rituais religiosos praticados, principalmente na Semana Santa, são únicos no mundo. Os sinos, por sua vez, têm triplo sentido: aludem às igrejas, ao diálogo que estabelecem com a população mediante repiques e sons e à música, outra forte marca da identidade são-joanense, retratada, também, pelas fotos de orquestras e bandas.

Já o enunciado “Ser nobre é ter identidade” associa a identidade a um qualificativo, ou seja, a uma noção de valor cultural. O termo *nobre* remete a algo importante, notável e ilustre. Por sua vez, “ter identidade” constitui requisito necessário para “ser nobre”. Em outras palavras, para que determinado sujeito seja considerado nobre, é preciso que tenha uma história, costumes e características que o destaquem e o difiram perante os demais, englobando-o em um determinado grupo cultural. Nota-se o jogo de significados trazidos pelos verbos ser e ter. “Ser” denota

atributos essenciais, uma presença de si plena e completa, remetendo a uma característica de cunho metafísico. Já o verbo “ter” indica possuir algo, poder dispor de, conservar. Tais definições possuem um caráter mais concreto, ou seja, pode-se ver ou dar forma ao que se é possuído. A dicotomia entre o *ser* e o *ter* estabelece a relação por meio da qual, para que o sujeito *seja* ou *signifique alguma coisa*, é necessário que *tenha*, que *possua algo* (grifos meus). Este é sempre representado por um bem material, um objeto de grande valor. No entanto, o citado enunciado elucida essa relação *ser / ter* em outra vertente em que o *ter* designa um bem imaterial e de alto valor simbólico: a identidade. Todavia, esta não deixa de ter um caráter concreto, uma vez que as imagens concedem forma e cor a essa identidade. As ilustrações elucidam, ainda, o “rosto” da cidade, haja vista o nome São João del-Rei localizar-se abaixo das seis imagens centrais:



Em outros termos, a cidade é nomeada e seu retrato é constituído por essas ilustrações. Assim, observa-se que o cartaz, instituído a partir de olhares fotográficos de artistas locais⁷, demonstra a imagem que a sociedade tem de si, quais os seus signos e símbolos culturais, qual a sua constituição, a sua identidade e qual a representação que é feita da e pela sociedade. Em outras palavras, demonstra como a sociedade se autodefine, se representa para ela mesma e para os demais.

5 Considerações Finais

Ao se relacionar o enunciado à parte icônica, nota-se ser esta a representação que a sociedade tem de si, dado que as representações, conforme afirma Lysardo-Dias (2005), “são discursos sociais

que se configuram como saberes, crenças e valores. Elas conferem identidade coletiva a um grupo social e permitem aos membros desse grupo construir uma consciência de si” (p. 34). As lentes fotográficas de diversos artistas demonstram o olhar que estes têm sobre a identidade cultural do município e destacam o que há de mais significativo quando se menciona a cidade. Cada um desses sujeitos (fotógrafos) revela uma parte que caracteriza São João del-Rei e juntos (no cartaz) representam qual é a identidade cultural da CBC 2007.

Em tempos em que o valor cultural de signos e símbolos é substituído pelo valor econômico desses e de outros produtos culturais, vê-se que, por intermédio da campanha CBC, houve a tentativa de não permitir que a tradição cultural da cidade se perdesse. Mediante a lógica capitalista da Indústria Cultural que enaltece novelas ou filmes em detrimento de festas populares, por exemplo, muitas manifestações culturais regionais tendem ao esquecimento. As fotos do cartaz elucidam a tentativa da população em manter não apenas na memória valores culturais da cidade como a arte dos bordados, a confecção de tapetes de serragem e areia, a fabricação artesanal de santos, a linguagem dos sinos e o teatro de rua.

Observa-se, assim, que as 91 fotos do cartaz ilustram os signos da identidade cultural são-joanense, os costumes e as práticas dessa sociedade. Sem classificá-los em alta ou baixa cultura, percebe-se uma identidade constituída de festas religiosas e populares, música, política, arte, artesanato, fauna, flora, culinária e outras tradições. Por conseguinte, ao se analisarem as fotos, nota-se a presença de três fortes discursos na cidade: 1) igrejas, imagens, anjo, santinhos e Cristo Redentor representam o discurso religioso; 2) a ilustração do Solar dos Neves alude ao político; 3) já as manifestações do Inverno Cultural e o interior do Solar da Baronesa remetem à produção cultural da cidade e ao discurso científico, haja vista comemoram a Universidade Federal (outro ícone da identidade cultural da cidade).

Verifica-se que há fotos, as quais retratam a antiga São João del-Rei, e outras, que representam acontecimentos atuais. As seis ilustrações ao centro do cartaz elucidam essa observação. São fotos da Maria Fumaça, do violeiro Chico Lobo, de uma orquestra, de uma apresentação teatral, de uma banda e da igreja São Francisco de Assis. Nessa parte central, observa-se que metade das ilustrações reproduz uma São João del-Rei com características do passado (Maria Fumaça, orquestra e igreja) e a outra metade com características atuais. Essas fotos no centro do cartaz resumem a identidade cultural da cidade, ressaltando, principalmente, sua característica de unir o “ontem” (passado) e o “hoje” (presente).

Kress e Van Leeuwen (2006) afirmam que, em composições visuais, as imagens que estão posicionadas ao centro apresentam-se como o núcleo da informação e todos os outros elementos estão de alguma forma subordinados a elas. Assim, compreendem-se as seis ilustrações centrais como uma elucidação da identidade da CBC 2007. O enunciado São João Del Rei – Capital Brasileira da Cultura abaixo das imagens centrais “registra” quem possui aquela identidade. Em outros termos, onde aquelas manifestações culturais são encontradas.

Sem o intento de exaurir a análise, entende-se que o sentido transmitido pelo enunciado é que ser nobre, ser importante, ter *status* é ter uma identidade cultural como a exposta no cartaz. Compreende-se, ainda, que a sociedade, ao dizer: *Ser nobre é ter identidade*, transparece se orgulhar desta. Contudo, ao associar a identidade à ideia de nobreza e, portanto, aos aspectos “altos” da cultura, o enunciado – que se localiza estrategicamente no centro do cartaz – deixa bem claro o valor central que organiza essa diversidade: a alta cultura, ainda que construa o consenso entre práticas sociais elevadas e práticas populares.

A identidade construída da Capital Brasileira da Cultura 2007 é de uma cidade que tem uma memória e que harmoniza passado e presente. A cidade se constrói e constitui uma identidade a partir de tradições, de sua música, sua religiosidade, sua política, seu artesanato, sua arte e outros signos culturais (como a locomotiva Maria Fumaça, por exemplo). São características que de centenárias transformam-se em contemporâneas, pois são preservadas e unidas a outras mais recentes. Compreende-se, assim, que a imagem são-joanense construída no cartaz revela uma cidade que tem sua identidade cultural marcada pela fusão de tradição e atualidade, pelo popular e o erudito, mas sob o enunciado de “ser nobre” revela-se o valor cultural que amalgama essa proposta: o que se localiza no eixo do elevado, do alto. Trata-se, portanto, de uma construção exemplar de consenso, na produção de uma identidade cultural local que se pretende unívoca, apesar de se afirmar a sua diversidade.

Notas

¹ Este artigo é resultado de um estudo feito na disciplina “Teorias Críticas da Cultura” do Programa de Mestrado em Letras (PROMEL) da Universidade Federal de São João del-Rei e teve orientação da profa. Dra. Adelaine LaGuardia.

2 Cf. on site <http://www.saojoaodelreitransparente.com.br>.

3 <http://www.saojoaodelreitransparente.com.br/principal/apresentacao.html>.

4 Entende-se por sujeito o ser inserido em um determinado contexto social, interpelado pela ideologia e pelo modo de agir e pensar da sociedade na qual vive.

5 Segundo Hall (2004), a sociedade moderna é aquela onde ocorrem mudanças constantes, rápidas e permanentes. Ao contrário das sociedades tradicionais onde todas as características, culturais ou não, eram estabilizadas.

6 De acordo com Bakhtin (1995), signo é o objeto físico que, sem deixar de fazer parte da realidade material, reflete outra realidade. Em outros termos, possui um significado simbólico para uma dada sociedade.

7 As fotos são de Alzira Agostini Haddad, João Ramalho, Kiko Neto, Kátia Lombardi, Popó, Antônio Celso Toko, Élcio Paraíso, Cláudio Lopes, Almir Nascimento, Marcinho Lima, Elizabeth Zarur, Luciano Oliveira, Juninho Viegas e Paulo Filho.

Referências

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. 7. ed. Tradução Michel Laud e Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Hucitec, 1995.

HALL, Stuart. *Da diáspora*. Identidades e mediações Culturais. Org. Liv Sovik. Tradução Adelaine LaGuardia et al. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2003.

_____. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Tradução Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 9. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. *Reading images: the grammar of visual design*. London: Radlege, 2006.

LYSARDO-DIAS, Dylia. Discurso publicitário e representações sociais. In: LYSARDO-DIAS, Dylia (Org.). *Discurso, representações e ideologia*. São João del-Rei: PROMEL/UFSJ, 2005. p. 25-38.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). *Identidade e diferença. A perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2004. p. 73-102.

Sites consultados

<http://www.saojoaodelreitransparente.com.br>. Acesso em: 22 jul. 2007.

<http://www.saojoaodelreitransparente.com.br/principal/apresentacao.html>. Acesso em: 22 jul. 2007.

www.capitalbrasileiradacultura2007.com.br. Acesso em: 12 jul. 2007.

Dados da autora:

*Tatiane Chaves Ribeiro

Mestre em Letras: Teoria Literária e Crítica da Cultura e Professora Substituta – Departamento de Letras, Artes e Cultura/Universidade Federal de São João del-Rei/UFSJ.

Endereço para contato:

Universidade Federal de São João del-Rei

Departamento de Letras, Artes e Cultura

Campus Dom Bosco

Praça Dom Helvécio, nº 74

36301-160 São João del-Rei/MG – Brasil

Endereço eletrônico: tatianechaves@ymail.com

Data de recebimento: 13 jan. 2011

Data de aprovação: 2011