



O ARQUÉTIPO DO TRICKSTER

Rafaeli Francini Lunkes Carvalho (UFPR/Unicentro)

Resumo: Em uma sociedade do consumo na qual a imagem é fundamental para o mercado, pensar o rádio como mídia que opera mais o imaginário que a visualidade alça este veículo ao campo das complexidades estratégicas elaboradas para mantê-lo atraente para a audiência. No Paraná, a rede de emissoras radiofônicas Rádio T aposta no humor regional como o programa *Bolicho da T*, comandado pelo apresentador-personagem Juca Bala. O objetivo desta pesquisa é desenvolver um estudo sobre o imaginário no meio rádio e suas conexões com o *trickster*, personagem mítico presente em diversas culturas que tem como características a brincadeira, o deboche, o humor. Como apresentador-personagem Juca Bala cria imagens a partir da narrativa aplicando o arquétipo do *trickster* na rádio? A pesquisa contará com o auxílio do aporte teórico da Semiótica da Cultura. Concluímos que o personagem Juca Bala é uma reatualização do arquétipo do *trickster* que opera, por meio do rádio, sentidos ancestrais do imaginário cultural o que explica, em parte, seu sucesso no Paraná.

Palavras-chaves: Imaginário. *Trickster*. Rádio.

Abstract: In a consumer society in which the image is fundamental for the market, thinking of radio as a medium that operates more the imagination than visuality raises this vehicle to the field of strategic complexities designed to keep it attractive to the audience. In Paraná, the radio network Rádio T bets on regional humor such as the program *Bolicho da T*, led by the presenter-character Juca Bala. The objective of this research is to develop a study about the imaginary in the radio medium and its connections with the *trickster*, a mythical character present in several cultures whose characteristics are games, mockery and humor. As presenter-character Juca Bala creates images from the narrative applying the archetype of the *trickster* on radio. The research will be supported by the theoretical contribution of Semiotics of Culture. We conclude that the character Juca Bala is a re-updating of the *trickster* archetype that operates, through radio, ancestral senses of the cultural imagination, which explains, in part, his success in Paraná.

Key-words: Imaginary. *Trickster*. Radio.

Introdução

Esta pesquisa propõe um estudo sobre o cenário do rádio, enquanto meio de comunicação eminentemente sonoro, em uma sociedade onde a imagem se mostra cada vez mais importante. O rádio na sociedade da imagem encara o desafio de se atualizar sem deixar de ser rádio, isto é, sem perder aspectos peculiares que o transformaram em um meio de comunicação diferente de todos, seja pela sua eficiência, seja pela criatividade indispensável para mantê-lo atraente para a audiência.

Desde o princípio, ainda nas cavernas, o homem já fazia uso de imagens para representar suas histórias. Com o passar do tempo, inúmeras descobertas e a evolução de novas técnicas admitiram ao homem exercitar esse encantamento pela imagem, passando pela pintura, pela fotografia, pelo cinema, pela televisão e, mais atualmente, pela era das imagens digitais.

É perceptível que vivemos hoje em uma sociedade da imagem. Um breve passar de olhos no dicionário Aurélio da língua portuguesa nos surpreende com as diversas aplicações para o conceito de “imagem”, seja como representação visual, seja como produto do imaginário, ou ainda, como percepção individual ou coletiva de algo ou alguém. Tudo é imagem. Essa parece ser a palavra do momento.

A rádio T é uma rede paranaense de estações de rádio. É a maior rede de rádios do sul do Brasil, criada em Ponta Grossa em 1991 como rádio Tropical FM, espaço ocupado antes pela Lagoa Dourada, desde a década de 1970. Em meados de 1990, iniciou sua ampliação rumo ao interior do estado. A partir de primeiro de junho de 2009, estreou um novo nome fantasia, de “Tropical FM” passou a ser chamada “Rádio T”, ou “Rede T de Rádios”. Conta com 38 emissoras, transmitindo para todo o estado do Paraná. O programa do Bolicho da T é transmitido de segunda-feira a sexta-feira das 18h00 às 19h00. O programa busca fechar o dia com muita descontração e bom humor, alegria, piadas, histórias, propagandas e músicas são a base do programa. De 2008 até 2017 os apresentadores do programa eram o Jauri Gomes e o apresentador-personagem Juca Bala. Após a morte do Jauri Gomes em 2017, o programa Bolicho da T, continuou sendo apresentado pelo apresentador-personagem Juca Bala e pelos radialista Waltinho e Fabinho.

Para Hyde (2017, p. 17), o “[...] *trickster* é a corporificação mítica da ambiguidade e da ambivalência, da dubiedade e da duplicidade, da contradição e do paradoxo”. O *trickster* é agente da desorganização da ordem estabelecida e, desta forma, gerador de movimento na cultura. No Brasil temos diferentes *tricksters* que circulam na cultura e que saltam para dentro das narrativas literárias, cinematográficas e midiáticas. Os malandros estão por toda parte, são universais. Estão

no boto que se transforma no homem sedutor nas festas dos ribeirinhos da Amazônia; em Pedro Malasartes que sempre deseja se dar bem; nos diferentes caipiras do Mazzaropi; na molecagem do Saci Pererê no folclore; nas confabulações dos Trapalhões na TV dos anos 1980; nas enrascadas dos matutos João Grilo e Chicó de Suassuna; nos corpos da noite em a Ópera do Malandro de Chico Buarque; nas caras de Oscarito no cinema; nos rodeios de Armando Volta da Escolinha do Professor Raimundo; na figura controversa de Loki, irmão de Thor das da mitologia nórdica, HQs e filmes; nas trapaças do Coiote que caça o Papa-Léguas.

Ao desenvolver essa pesquisa leva-se em consideração as seguintes problemáticas: Diante de tamanha importância dada à imagem em nosso dia a dia, como fica o rádio, um meio de comunicação que trabalha com a audição? Como apresentador-personagem Juca Bala cria imagens a partir da narrativa aplicando o arquétipo do *trickster* no rádio?

A escolha do meio rádio se pauta na relevância desse produto, e dos processos por ele evocados, enquanto materialidade geradora de discursos que alimentam o imaginário. O rádio é, ainda hoje, um objeto pouco presente nos estudos acadêmicos, especialmente na área de ciências humanas, embora tenha sua relevância amplamente reconhecida. Ao mesmo tempo pretende fornecer algumas indagações e indicações que colaborem para o crescimento do interesse nessa área de pesquisa.

O objetivo desta pesquisa é desenvolver um estudo sobre o imaginário no rádio e suas conexões com o *trickster*. A partir do apresentador-personagem Juca Bala observar os elementos que ele emprega do arquétipo do *trickster* que possibilitam que o público crie imagens no rádio. A pesquisa busca fortalecer as concepções acerca dos fundamentos da linguagem radiofônica e suas relações com o imaginário e arquétipo.

1. O imaginário no rádio

A imagem parece ser o que rege as nossas vidas atualmente. Isto é no entretenimento, na informação, nada mais parece nos agradar se não estivermos vendo, se o conteúdo não estiver ilustrado. A televisão, a internet e até mesmo na comunicação rotineira, a imagem está cada vez mais atual.

Segundo Aumont (1993) não vivemos precisamente na sociedade da imagem, mas sim na civilização da linguagem, da qual a imagem é parte componente, por causa da multiplicação rápida dessas imagens em nosso dia a dia.

ECO-REBEL

Por mais incrível que possa parecer, criar imagens possivelmente seja a essencial função do rádio na sociedade em que vivemos, imensamente dependente de representações visuais. No rádio, as imagens são criadas pela imaginação do ouvinte.

O processo imaginação nos levam a compreender o imaginário:

O imaginário não é uma coleção de imagens, um *corpus*, mas (...) um sistema, um dinamismo organizador de imagens que lhes confere profundidade e as liga entre si. (...) Conscientes da intangibilidade do real, sabemos hoje que temos acesso apenas a sistemas simbólicos, não a um mundo em si. Então, o imaginário tem uma eficácia concreta e conhecer seus mecanismos é essencial (BARROS, 2010, p. 129).

Bachelard quando trabalha a imaginação no rádio menciona por várias vezes o conceito de inconsciente, relacionando-o ao rádio. Por outros momentos, ele fala de arquétipos. Tanto o inconsciente quanto o arquétipo são temas criados por Carl Gustav Jung.

O rádio é, verdadeiramente, a realização integral, a realização cotidiana da psique humana. O problema que se coloca a esse respeito não é pura e simplesmente um problema de comunicação; não é simplesmente um problema de informação; porém, de um modo cotidiano, nas necessidades não apenas de informação mas de valor humano, o rádio é encarregado de apresentar o que é a psique humana. (...) (BACHELARD, 2005, p. 129).

O rádio seria o componente encarregado em mostrar essa plenitude da psique. Bachelard mostra que existem elementos inconscientes na experiência radiofônica. É nessa relação do inconsciente com a intimidade que o rádio se depara. É onde está o potencial para a fantasia. O autor explica que o rádio é ouvido muitas vezes na solidão e é nessa solidão, nesse escuro da falta de visão que o rádio impõe o inconsciente e as fantasias vêm à tona e os arquétipos podem servir de base para tais fantasias:

O rádio está munido dessa possibilidade de transmitir arquétipos? (...) O rádio possui tudo o que é preciso para falar de solidão. Não precisa de rosto. O ouvinte encontra-se diante de um aparelho. Está numa solidão que não foi ainda constituída. O rádio vem constituí-la, ao redor de uma imagem que não é apenas para ele, que é para todos, imagem que é humana, que está em todos os psiquismos humanos. É na escuridão da noite e na intimidade da casa que podemos encontrar o inconsciente no rádio. É nesse rádio que se encontram os padrões universais que Jung chamou de arquétipo, pois os sons transmitidos pelo rádio possuem elementos universais e falam de temas e imagens sonoras universais. Além disso, pelo rádio chamar pelo inconsciente e por ele ser coletivamente experimentado, ele passa a ser arquétipico também. (JUNG, 1999).

ECO-REBEL

Jung (2000, p.16), chamou de arquétipos: “tipos primordiais, imagens universais que existem desde os tempos remotos”. Interpretando Jung, arquétipos são os elementos do chamado inconsciente coletivo. O inconsciente coletivo seria uma transmissão (hereditária) psíquica que todo ser humano recebe em sua criação. Isto não significa que ao nascer estejamos com tudo pronto, os arquétipos são ao nascer estejamos com tudo pronto, os arquétipos são possibilidades que existem no inconsciente coletivo, potencialidades. Para o autor, uma camada do inconsciente é pessoal e sobre essa repousa uma camada mais profunda que possui suas origens nas experiências do grupo social, ou seja, o arquétipo é uma bagagem, comum a toda a humanidade.

Jung define o arquétipo como um padrão de probabilidade de comportamento, semelhante ao padrão de probabilidade dos cristais: Já me perguntaram muitas vezes donde procede o arquétipo. É um dado adquirido ou não? É-nos impossível responder diretamente esta pergunta. Como diz a própria definição, os arquétipos são fatores e temas que agrupam os elementos psíquicos em determinadas imagens (que denominamos arquetípicas), mas de um modo que só pode ser conhecido pelos seus efeitos. Os arquétipos são anteriores à consciência e, provavelmente, são eles que formam as dominantes estruturais da psique em geral, assemelhando-se ao sistema axial dos cristais que existe em potência na água-mãe, mas não diretamente perceptível pela observação. (JUNG, 1999).

A imagem arquetípica seria a expressão desse padrão. Sobre esse entendimento arquetípico do rádio, é importante trabalharmos com dois conceitos que aprofundam a relação entre rádio e inconsciente: a mídia e o mito.

Segundo Haussen (2005, p.138) “Com relação à mídia, ela nos lembra que os arquétipos estão presentes na mídia de forma geral, seja através das figuras dos heróis ou nas imagens das estrelas de cinema”. No rádio, esses arquétipos são evocados pela voz sem a face, pelos componentes do inconscientes característicos da experiência radiofônica. O ouvir desse modo seria o canal para vivenciar os arquétipos no rádio.

Por ser compreendido como uma narrativa de criação, o mito pode ser um revelador de "modelos exemplares de todos os ritos e atividades humanas significativas: tanto a alimentação ou o casamento, quanto o trabalho, a educação, a arte ou a sabedoria" (ELIADE, 1986, p.13). Dessa maneira, o uso do mito baseia-se em fornecer uma significação ao mundo e à existência humana.

O mito é um texto que estrutura outros textos, considerado “texto fundante da cultura” (CONTRERA, 1996), portanto, podemos considerar a existência de uma interdependência entre o sistema mítico, as linguagens e o comportamento social. Conforme Lévi- Strauss (2008, p. 222), “a mitologia é considerada um reflexo da estrutura social e das relações sociais.

ECO-REBEL

Como texto arcaico o mito tem sua presença na mídia de maneira consciente ou inconsciente tanto por parte dos produtores quanto do público significa uma permanente revisitação necessária para alimentar a cultura e incentivar seu crescimento, o acúmulo de sabedoria.

Os mitos nada mais são do que uma forma de expressão dos arquétipos, articulando aquilo que é comum aos homens de todos os períodos, já que falam dos valores eternos da condição humana.

2. O arquétipo do *trickster* e *Juca Bala* no rádio

A palavra *trickster* pode ser derivado do inglês “trick” que significa: truque. Segundo Balandier(1982, p.25): O termo *trickster* foi criado pelos mitólogos anglo-saxões e pode ser derivado da antiga palavra francesa “triche”, do verbo *tricher* ou *tricherie*, que designava: trapaça, mentira, furto, engano, falcatrua, velhacaria.

Conforme Jung (2000, p. 259), o *trickster* surge nos mitos mundiais como um ser de origem cósmica e essência divino-animal, ao mesmo tempo, superior ao homem, pelas qualidades sobre-humanas, e inferior por sua loucura inconsciente. No entanto, ele busca um desenvolvimento da consciência muito mais intenso, pleno, por meio do seu desejo de conhecimento.

O *trickster* é um arquétipo mitológico, identificado em diversas culturas, que aparece como um mediador, para resolver oposições. Considerando-se que as atividades humanas acham pontos de contradições, a função primordial do mito, segundo Lévi- Strauss, seria a de buscar superá-las (LÉVI-STRAUSS, 2012). Contudo, como são insuperáveis, produzem-se frequentemente novos mitos sobre as mesmas questões. Uma vez que uma contradição se cria de uma oposição entre distintas ações, um ser arquetípico que represente simultaneamente particularidade do *trickster* faz com que ele faça parte de dois ou mais mundos e ao mesmo tempo a nenhum deles. Para Hyde (2017, p. 19). A função da figura do *trickster* “[...]é expor e desorganizar as próprias coisas nas quais as culturas se baseiam”.

O *trickster*, pode ser encontrado na cultura de algumas sociedades desde as origens, como bem como nos mitos, na religião, e em personagens do cinema, nos desenhos animados, na literatura, na TV. Em razão de suas travessuras, é frequentemente mostrado como herói, em alguns momentos como vilão. Contudo um *trickster* pode ser um espírito zombeteiro, um deus ou uma deusa, homem ou mulher, metade humano e metade animal. Ele pode iludir por simples

ECO-REBEL

brincadeira, pode espantar, quebrar regras morais com o espírito brincalhão, pode persuadir no comportamento e na personalidade das pessoas. Como observamos, ele é uma representação arquetípica das múltiplas máscaras (persona) da psique humana.

O personagem de rádio Juca Bala surgiu em 2008 e ganhou popularidade em todo o estado, explorando um humor tipicamente paranaense. De acordo com o criador do personagem Anderson Jorge Magatão, conhecido como Toco, em sua entrevista ao jornal Folha de Londrina¹: “Todo mundo conhece alguém como ele, tipicamente paranaense, que fala errado, reclama de tudo, mas não perde a inocência de criança e nem o sorriso em tudo o que acontece em seu caminho. Aprender a rir de tudo é sabedoria”.

Para ilustrar a figura do *trickster* evidenciado pelo apresentador personagem Juca Bala, parte de um programa *Bolicho* da T, de maio de 2020, que foi publicado também no *Youtube*, chamado *Bolicho da T - 22/05/20*, com mais de 1037 mil visualizações. Apresentação Juca Bala , Waltinho e Fabio:

(Waltinho) Oh sexta-feira, rapaz do céu, eu falei para você Juca que ia esfriar, ia chover . (Juca) Mingou minha pescaria amanhã rapaz do céu, nós estamos pronto com o Vinicius, não o Secon para nós ir pescar (Waltinho) quando começa a me dar aquelas dor nos nervos, nessas partes e sor se esconde de atrás de um pinhelao que tem lá em casa pode saber que lá vem frio Juca , lá vem chuva (Juca) frio não é tanto problema é solução, tamo precisando (Waltinho) tem gente que gosta de clima assim Juca com frio e chuva (Juca)então porque não andam só de carçanzinho e brusinha(waltinho) O Jauri era uma pessoa que gostava de clima assim (Juca) mas claro ele tinha uma cobertura acoplada uma capa de gordura, eu lembro que ele falava que quando o tempo estava desse jeito, eu viro num tatu faqueado.²

O apresentador Waltinho inicia falando da sexta-feira, que é um dia geralmente muito esperado, pois anuncia que a semana terminou e vai começar o fim de semana . Vemos expressões como rapaz do céu. Uma forma comum das pessoas do interior se referirem a outra era usando interjeições também religiosas, como também “gente do céu”, “criatura de Deus”. Comentam que o final de semana vai ser chuvoso e frio. O Waltinho fala que quando começa dar aquelas dor nos nervos, pode saber que vem chuva. A relação entre o tempo de frio e chuva e as dores nas articulações é um mito que persiste desde a antiguidade. Waltinho comenta que tem gente que

¹ Disponível em:< <https://www.folhadelondrina.com.br/folha-2/humor-com-sotaque-paranaense>>. Acesso em 01 de setembro de 2021.

² Disponível: < https://www.youtube.com/watch?v=C_D78ZEbrKg>. Acesso em 01 de setembro de 2021.

ECO-REBEL

gosta do clima assim e é mencionado o nome Jauri (apresentador do Bolicho até 2017), vemos o humor, com o Juca comentando, mas claro ele tinha uma coberta acoplada, ou seja, já foi comprovado, que pessoas acima do peso, costumam sentir menos frio, a gordura é um isolante térmico. E o comentário do Jauri falando que quando o tempo estava desse jeito ele virava um tatu faqueado, quando o tatu se assusta(no caso da faca), ele pula verticalmente para cima, e uma gíria que aparece em algumas músicas gaúchas, ou seja, ele pulava de alegria.

O Juca Bala durante o programa Bolicho da T, promove a desordem, para que tudo se reorganize. Promove o movimento, a circulação. “Assim, para que haja organização, é preciso interações, é preciso encontros; para que haja encontro, é preciso desordem (agitação, turbulência). (MORIN, 2005, p.404).

Tal como um *trickster* ancestral, os artistas, assim como o Juca Bala, estão sempre em reinvenção. O reinventar-se, em si, significa tanto uma estratégia de se manter em consumo (em circulação) quanto a quebra de padrões, promovendo a desordem e a reorganização de si mesmos, pois “os sujeitos dentro do contexto da cultura, negociam, se apropriam de artefatos e textos culturais resignificando suas experiências. (SOARES, 2015, p.22).

Ainda que seja tácito que a programação radiofônica, assim como todas as mídias, esteja submetida as leis do mercado, vigentes no sistema capitalista, salientamos que os ritmos da cultura e os da natureza subjazem, inconscientemente, à indústria do entretenimento.[...] apontamos que a elaboração das pautas e dos roteiros dos programas de rádio, organizados simbolicamente, aproxima-se à ciclicidade da natureza (NUNES, 1999,p.38). [...] O tempo de iterar as sagas místicas é marcado pela necessidade ora de comemorar algum fenômeno da natureza, ora para resolver questões críticas- quer seja o arroz que não cresce, quer seja a doença que atinge um membro do grupo (NUNES, 1999,p.39).

De acordo com Nunes(1999) O eterno retorno ao princípio das coisas busca, acima de tudo, dirimir a duração do tempo profano, prenehe as incertezas e assegurar a própria regeneração do tempo no tempo mítico. Para operacionalizar a falta, os limites de sua realidade física, impossibilidade de recuperar as perdas trazidas pelo tempo inexorável. O homem cria a cultura, segunda realidade , que lhe garante a crença de intervir e modificar seu destino perecível por meio de ações simbólicas, ações culturais.

ECO-REBEL

O rádio, como ser da cultura, reproduz em sua pautas meios simbólicos da qual a intenção é vencer as perdas que atingem o homem. A união entre os processos da natureza e da segunda realidade.

Destacado como uma forma extremamente comunicativa e de grande alcance popular, o humor hoje se faz presente como importante gênero expressivo. Com o entendimento de possível sua existência. Adequando expressões, tom de voz e comportamento dos personagens, inspirados em pessoas do dia-a-dia, os locutores conseguem uma familiaridade ainda maior com o receptor por criar um plano de identificação. Num modo criativo de fazer expressar o riso, os comunicadores observam o panorama identitário da região, produzindo um perfil de conteúdos dos personagens a partir dos caricatos presentes na cultura popular.

Na composição do personagem Juca Bala, é existente a linguagem do caipira, elemento que causa, também, humor, por se tratar de um estereótipo. Para Carvalho (2011), o conceito de estereótipo é alicerçado no que foi construído, imaginado e constituído em uma sociedade. Assim, a personagem estereotipada de Juca Bala realça um humor sobre um determinado sujeito que já foi, pela sociedade, entendido como engraçado. Conforme Carvalho (2011), o dialeto caipira surge da junção da língua portuguesa com línguas indígenas durante os séculos XVI a XVIII, no Brasil, apresentando dificuldade em pronunciar algumas palavras, vindo, no futuro, ser alvo de graça e aparecendo em piadas de modo estereotipado. Portanto, o humor deste personagem é compreendido porque há um ethos pré-construído sócio-histórico e ideologicamente, que formam os sujeitos em nossa sociedade.

Relacionado às características de cada cultura, do contexto histórico e social, cada indivíduo terá sentidos de humor e formas diferentes de expressá-lo. Por este caráter, o humor manifesta-se seguindo a história da humanidade, transformando-se por meio do tempo e do espaço. Conforme Bakhtin (2002), afirma o riso é caracterizado como 'segunda natureza do homem'. Refletindo o caráter da organização social na época, o humor passa a ser componente de grande destaque em contraposição às culturas oficiais. Ele atua como válvula de escape ao estresse do sistema de códigos morais e sociais, apresentados a organizar e a fazer funcionar a vida em sociedade.

Consideramos que, ainda exista uma diversidade de traduções, na visão popular o humor é entendido como a arte de fazer rir. Vale salientar que para a conquista da audiência, o personagem Juca Bala utiliza o humor. A partir daí, partilhando o cômico e reconhecendo na programação seus

ECO-REBEL

aspectos étnicos, o receptor está sujeito a participar da criação de um espaço simbólico, ou seja, ele evoca o imaginário como forma de vivenciar o espírito cômico presente no programa. Nesse ponto de vista, os ouvintes são capazes de fazer leituras dos personagens e interagir com eles, como se realmente existissem.

Considerações finais

Os arquétipos não desaparecem, eles resistem na linguagem e na estrutura da narrativa midiática do rádio paranaense, nos rituais de diferentes formas de consumo, no imaginário cultural. O processo criativo do programa possui um movimento espiral sígnico centrípeto, convergindo estéticas, discursos e linguagens para a composição imaginal da figura do apresentador-personagem. É no decorrer do seu consumo que os sentidos são postos em circulação, em movimento centrífugo e igualmente espiralado. Ao ser consumido, o programa tal qual um novelo, é desfiado, e suas complexidades transformadas em traços, linhas, fios para os quais o espectador encontra outras conexões e significados. O personagem Juca Bala sendo uma reatualização do arquétipo do *trickster* emprega elementos que possibilitam que o público crie imagens, operando, por meio do rádio, sentidos ancestrais do imaginário cultural o que explica, em parte, seu sucesso no Paraná.

Ao criar para rádio, o Juca Bala, narra uma história com riqueza de detalhes, possibilita ao seu público criar imagens que facilitem o processo cognitivo e, conseqüentemente, a assimilação das mensagens. Mas a função de criação de imagens é do ouvinte. São imagens únicas e próprias a cada um dos leitores.

Referências

AUMONT, Jacques. **A imagem**. Campinas: Papirus, 1993.

BACHELARD, G. **Devaneio e Rádio**. In: MEDITSCH, E. Teorias do Rádio: textos e contextos Vol. 1. Florianópolis: Insular, 2005.

BAKHTIN, Mikail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: O contexto de François Rabelais**. São Paulo: Hucitec Ltda, 2002.

BALANDIER, Georges. **O poder em cena**. Brasília Editora da Universidade de Brasília, 1982.

BARROS, A. T. M. P. **Comunicação e imaginário** - uma proposta metodológica. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, 33, n. 2, jul/dez 2010. 125-143.

ECO-REBEL

CARVALHO, Leonora Guiné de Mello. **Estereótipo e identidade em piadas sobre o mineiro:** uma perspectiva da análise do discurso. Dissertação. Universidade Vale do Rio Verde de Três Corações, 2011. Disponível em: <http://www.unincor.br/images/arquivos_mestrado/dissertacoes/leonora_guine_de_mello_carvalho.pdf>. Acesso em 20 setembro de 2021.

CONTRERA, Malena. **O mito na mídia.** São Paulo: Annablume, 1996.

ELIADE, Mircea. **Mito e Realidade.** 2º ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 1986

HAUSSEN, D. F. **Bachelard e o rádio:** o direito de sonhar. In: MEDITSCH, E. Teorias do Rádio: textos e contextos Vol. 1. Florianópolis: Insular, 2005.

HYDE, Lewis. **A astúcia cria o mundo.** Trickster: trapaça, mito e arte. Trad.: Francisco R. S. Innocêncio. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017.

JUNG, Carl Gustav. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo.** 2ª ed., trad. Maria Luiza Appy e Dora Mariana R. Ferreira da Silva. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2000.

_____. **Interpretação Psicológica do Dogma da Trindade.** Petrópolis: Vozes, 1999.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **O pensamento selvagem.** Campinas: Papirus Editora, 2008.

_____. **Antropologia Estrutural.** 1ª ed. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

MORIN, Edgard. **O método 1:** a natureza da natureza. Trad.: Ilana Heineberg. Porto Alegre, RS: Sulina, 2005.

NUNES, Mônica R. F. **Mito No Radio, O - A Voz E Os Signos De Renovação Periódica.** São Paulo: Annablume, 1999.

SOARES, Thiago. **Percursos para estudos sobre cultura pop.** In Sá, Simone Pereira de; CARREIRO, Rodrigo; FERRAZ, Rogério(orgs.) Cultua pop. Salvador: EDUFBA, 2015.

Aceito em 17/12/21.

ECOLINGUÍSTICA: REVISTA BRASILEIRA DE
ECOLOGIA E LINGUAGEM (ECO-REBEL), V. 7, N. 3, 2021.