

## Os Festejos Juninos e a reinvenção das Identidades Culturais no contexto paraibano

SILVA, Luiz Custódio da.<sup>1</sup>

**Resumo:** O presente trabalho, ainda em fase de construção, analisa as mudanças que estão ocorrendo nos Festejos Juninos no contexto nordestino, especialmente na cidade de Campina Grande, na Paraíba, onde é realizado o evento denominado “O Maior São João do Mundo”. Como suporte teórico, serão utilizados aspectos relacionados com a Folkcomunicação a partir dos estudos de Luiz Beltrão, além de uma ampla revisão de literatura a respeito do Folclore nordestino e da Cultura Popular. A questão norteadora do presente estudo é de que forma a mídia paraibana está constituindo as imagens dos Festejos Juninos na região e como essas manifestações culturais estão ocupando os novos espaços locais e reinventando as identidades culturais no Nordeste brasileiro. O trabalho questiona ainda os novos valores estéticos, ideológicos e culturais que estão sendo incorporados às festas de São João e os processos de revitalização e de espetacularização percebidos nos principais municípios onde tais comemorações estão sendo realizadas.

**Palavras-chave:** Festejos Juninos e Cultura Popular; Identidades Culturais; Festas Populares e Folkcomunicação.

As festas populares comemoradas no mês de junho, alusivas a Santo Antônio, São João e São Pedro, ganham novas feições na contemporaneidade. Essas mudanças provocam interpretações e leituras diversas por parte dos pesquisadores, dos artistas beneficiados com essas transformações ou que estão perdendo espaço diante das novas gerações responsáveis por uma safra de produtos mercantilizados e portadores de valores estéticos e conteudísticos questionáveis e pelo próprio público consumidor dessas manifestações da Cultura Popular do Nordeste.

Muitas dessas mudanças registradas nas festas e folguedos populares estão ocorrendo em várias partes do mundo a partir da intervenção de variáveis econômicas, sociais, culturais, educacionais entre outras redimensionadas e agudizadas no âmbito de

---

<sup>1</sup> Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Professor da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Campina Grande – Paraíba.

uma sociedade cada vez mais pautada pelo avanço e proliferação das chamadas conexões tecnológicas.

Muitas são as tentativas de explicação para essas mudanças que continuam ocorrendo mundialmente, com fortes influências nos contextos regionais, fortalecendo a concepção de uma sociedade midiaticizada. De um lado, há olhares críticos observando que este novo cenário está contribuindo para o esvaziamento das manifestações da Cultura Popular, das festas e dos folguedos tradicionais do povo nordestino. Para os observadores e defensores dessa corrente teórica ou dessa linha de pensamento, as indústrias culturais estariam transformando tais manifestações em espetáculos através dos novos espaços gerados pela sociedade midiaticizada.

Dentro de uma outra perspectiva, segmentos diversos percebem que as transformações registradas no atual contexto da sociedade estão promovendo a própria reinvenção, resistência e revitalização dos vários tipos de Cultura Popular e de todas as formas e estratégias adotadas pelos agentes que integram o que Beltrão (2004) denominou de Folkcomunicação.

Nesse contexto, os vários suportes teóricos relacionados tanto com a Cultura em geral e de forma particular com a Cultura Popular, quanto aqueles construídos para o fortalecimento da Folkcomunicação, enriquecem as nossas reflexões a respeito dos festejos juninos e de outras manifestações populares em permanente processo de reinvenção no âmbito de uma sociedade midiaticizada.

Nesse contexto, os festejos juninos realizados em diversas regiões do país, notadamente no Nordeste brasileiro, estão vivenciando profundas transformações. As principais capitais, cidades de todos os tamanhos e dimensões geográficas nos espaços nordestinos estão direcionando suas vocações e potencialidades culturais, econômicas e turísticas apoiados nas festas alusivas aos santos do mês de junho enquanto possibilidades para o desenvolvimento e a própria sustentabilidade local/regional. Dessa forma, essas manifestações estão cada vez mais ocupando novos cenários, novas formas de apresentação e de ressignificação na chamada sociedade midiática. Para muitos pesquisadores de formação teórica mais conservadora, apoiados na idéia de preservação e tradição das Culturas Populares, tal rumo tomado/adotado pelas festas de São João é a morte dessa

manifestação do folclore nordestino. Pensadores de uma outra vertente, a exemplo de Barreto (2005) percebem nas transformações do folclore brasileiro uma possibilidade de repensar essa expressão do ponto de vista conceitual e de novos valores incorporados pela própria dinâmica cultural da sociedade.

O Folclore não pode continuar sendo visto, então, como a cultura dos pobres ou de pobres, identificado por características que fossilizam a existência dos povos, prendendo-os, inapelavelmente, ao passado, sem o espaço local e sem os suportes de sua validade. Os repertórios são, já, universais, o que é preciso universalizar é a condição humana do criador e/ou do portador, hospedeiro e transmissor, com seu grupo, de uma cultura atemporal, na relação biunívoca, na qual um não inibe o outro, um não prescinde o outro, na compatibilidade das aspirações e das potencialidades dos povos. (Barreto,2005, p.102)

As festas populares em suas múltiplas tipologias e manifestações, estão acompanhando, portanto, as mudanças e transformações registradas na contemporaneidade. Entre a visão de teóricos mais pessimistas com a ascensão da indústria cultural, conforme os pensadores da Escola de Frankfurt, a exemplo de Adorno e Horkheimer (1978) , e outros mais otimistas, a exemplo de Eco(1998) e Barreto(2005) entre muitos outros que serão analisados no decorrer do presente estudo, a Cultura Popular descortina novas perspectivas teóricas e metodológicas. Nesse contexto, os festejos juninos cada vez mais ocupam novos cenários, novas formas de apresentação e de reinvenção no atual contexto da sociedade. Estratégias inovadoras estão sendo implementadas para que essas manifestações sejam reinventadas e possam cumprir múltiplas funções na sociedade contemporânea. Não obstante os questionamentos comumente feitos pelos pesquisadores quanto a essas mudanças observadas nos festejos juninos, não podemos negar a relação dessas manifestações culturais com o processo de desenvolvimento do turismo, da economia, do comércio e para a implementação de novas políticas relacionadas com a revitalização da Cultura Popular na contemporaneidade.

Na verdade, a relação entre mídia e folclore, Cultura Popular e Folkcomunicação já era uma preocupação de pesquisadores dessas áreas de estudo em décadas passadas. O

pesquisador Edson Carneiro (1965), por exemplo, já lembrava a necessidade de uma maior aproximação com os espaços midiáticos.

Torna-se necessário um esforço maior, tanto no plano individual, como no coletivo, para reintegrar e valorizar o folclore na vida cotidiana. Por que prender o folclore na camisa-de-força de uma rígida, mas pretensa autenticidade – pretensa por equivar a imutabilidade – que o violenta, que o amarra, que o junte a concepções ultrapassadas? (...) ... devemos alimentar um realismo, um senso de oportunidade, uma audácia capazes de assegurar ao folclore, no mesmo ritmo das transformações sociais que se operam no Brasil, uma posição permanente nos sentimentos, nas atitudes, nas preocupações de todos os brasileiros. Pouco temos tentado, e quando o tentamos pouco temos conseguido, no referente à utilização do rádio e da televisão na divulgação do folclore. Ou seja, por preconceito, por incúria ou por incompreensão nossos, deixamos de aliar permanentemente ao nosso esforço os meios de comunicação mais importantes de nosso tempo. (Carneiro, 1965,p. 183)

Conforme lembra Melo (1998) os cientistas e pesquisadores de Cultura Popular devem buscar esforços para compreender os novos cenários construídos pela sociedade global, em busca dos sentidos que o folclore adquire num momento civilizatório marcado pela deterioração e pela atemporalidade.

Estamos partindo do pressuposto de que ocorre simultaneamente processos diversos de reinvenção e ressignificação dos festejos juninos dos festejos juninos na sociedade contemporânea situados entre a espetacularização/comercialização e a revitalização e dinamização das identidades culturais e o surgimento de novos espaços locais para essas manifestações folclóricas na sociedade contemporânea.

Daí porque segundo Melo (1998):

Assim sendo, dinamizam-se as identidades culturais, permitindo ao cidadão-global preservar/transformando, num processo dialético de consumo/produção, suas raízes comunitárias (locais/regionais), articulando/recriando as singularidades nacionais e ao mesmo tempo sintonizando/participando dos simbolismos globais que penetram na vida cotidiana. A sociedade global potencializa, desta maneira, uma realidade multicultural, “embrião de uma sociedade civil mundial. (MELO, 1998, p.33)

Dessa forma, algumas questões serão fundamentais para o processo de investigação do projeto em pauta.

De que forma a mídia paraibana constrói as imagens dos festejos juninos na região? A mídia contribui de que forma para a revitalização das manifestações da Cultura Popular/Folkcomunicação no contexto estadual/regional? Como estão sendo construídos os novos espaços locais para a realização dos festejos juninos? De que forma as identidades culturais, notadamente no que concerne as festas de São João, estão sendo revitalizadas ou reinventadas? Quais os novos valores estéticos, ideológicos e culturais estão sendo incorporados aos festejos juninos na região? Quais as estratégias que estão sendo adotadas para a reinvenção das quadrilhas no contexto paraibano? Quais as identidades e características das festas de São João nos estados da região Nordeste? Qual a percepção dos artistas/compositores, intérpretes e músicos que estão envolvidos com o processo de criação/divulgação das músicas juninas a respeito das tendências musicais nessa área no atual contexto da sociedade?

Campina Grande realiza desde o ano de 1983 o evento denominado **O Maior São João do Mundo** que modifica substancialmente a cidade durante trinta dias, às vezes até um período maior, dependendo do calendário determinado pelos organizadores. Durante todo o mês de junho, os festejos juninos são intensamente comemorados, principalmente no Parque do Povo, através de uma multiplicidade de barracas com bebidas, comidas típicas, apresentação de quadrilhas juninas, tendências variadas de ritmos musicais, com predominância para o forró. Além dessas atrações, diariamente bandas e cantores diversos se apresentam no palco principal do evento, geralmente a partir das 22h prolongando-se até as 4 da manhã. A cidade vive durante esse feriado em função das festas juninas. Além do Parque do Povo, a população local/estadual e os turistas vindos de várias partes do país e até do exterior conta com outros espaços na cidade que também promovem atividades diversionais relacionadas com o São João.

Os festejos juninos, conforme já observamos, contribuem para o processo de desenvolvimento de Campina Grande de formas diversas. Essas manifestações culturais também são extensivas a outras cidades do Estado da Paraíba, abrindo novos espaços para as festas populares, notadamente àquelas relacionadas com as comemorações juninas. É

nesse cenário de ampliação e reinvenção das festas populares que o presente projeto se ancora para avaliar e questionar esses fenômenos culturais no atual contexto da sociedade. A partir dos seminários que estão sendo promovidos anualmente, estreitando e consolidando a relação entre Comunicação e Cultura Popular, além de fortalecer a linha de pesquisa de Folkcomunicação, disciplina a ser incluída no novo projeto pedagógico do DECOM/Curso de Jornalismo em fase de elaboração.

Dessa forma, o Departamento de Comunicação da Universidade Estadual vem realizando desde 2004 o Seminário Os festejos juninos no contexto da Folkcomunicação e da Cultura Popular. O evento vem reunindo professores pesquisadores e estudantes de Comunicação e áreas afins, radialistas, produtores de TV, artistas, agentes culturais e um público diversificado interessado na compreensão dos fenômenos culturais da região, notadamente no que concerne as festas de São João na contemporaneidade.

Trata-se de um tema identificado com as linhas de pesquisa desenvolvidas no âmbito do DECOM e que tem uma relação muito estreita com o próprio universo cultural, turístico e econômico da cidade. Há um público, portanto, para quem esta pesquisa se destinará, cujo resultado poderá contribuir para os produtores do evento, os organismos que lidam com o turismo, os produtores culturais, a mídia local/estadual entre outros segmentos sociais necessitam repensar tanto as novas identidades culturais, quanto novas estratégias para a realimentação de uma manifestação popular que evolui em função de variáveis identificadas com a própria dinâmica cultural da sociedade apoiada claramente pelos sistemas políticos, econômicos e culturais vigentes na contemporaneidade.

As manifestações juninas no contexto estadual/regional, carecem portanto de novos estudos e pesquisas que possam contribuir para o fortalecimento de novas políticas públicas que possam revitalizar essas manifestações culturais no atual contexto da sociedade.

## **Objetivos**

### **Geral**

Verificar as formas de reinvenção e ressignificação das festas de São João, na Paraíba, observando os novos cenários e espaços construídos pela mídia através dos programas, de seus formatos e conteúdos, da produção jornalística, das peças publicitárias e de folkmarketing e de outros recursos identificados no decorrer da pesquisa.

### **Específicos**

Analisar o processo de reinvenção e ressignificação das festas juninas na Paraíba a partir dos produtos midiáticos (produção audiovisual) e shows dos artistas regionais/estaduais.

Identificar as características e as identidades das festas juninas no contexto paraibano em relação a outros estados da região Nordeste.

Analisar as estratégias que estão sendo adotadas pelas empresas de Comunicação da Paraíba para o processo de revitalização das festas juninas.

Verificar os aspectos históricos, as mudanças e transformações das quadrilhas juninas na cidade de Campina Grande.

Analisar os novos espaços e cenários utilizados para o processo de revitalização dos festejos juninos na sociedade midiaticizada.

### **Procedimentos Metodológicos**

O presente projeto de pesquisa terá como suporte teórico as contribuições da Folkcomunicação a partir de estudos de Beltrão(2004) e de outros pesquisadores que estão redimensionando e atualizando conceitos e repensando aspectos metodológicos relacionados com essa área. Dessa forma os trabalhos desenvolvidos por Schimidit (2006), Barreto (2005), Lucena Filho (2000; 2005), Trigueiro (1998; 2001; 2005), Lima (2001) e Melo (2005) permitirão um novo olhar a respeito das questões teóricas aqui contempladas. A questão da Cultura Popular, pelas relações e aproximações com o tema aqui proposto

também será revisitada à luz das reflexões de Ortiz (1985; 1994); Canclini (1997), Coelho (1999); Bosi (1987) e Sodré (1996).

A relação dos festejos juninos com os estudos e pesquisas sobre folclore ensejará leituras das obras de Cascudo (1984) e Moraes Filho (1979). Para a realização do presente projeto de pesquisa serão utilizados, portanto, múltiplos caminhos teóricos buscando o saber plural e interdisciplinar do mundo acadêmico, através de seus pesquisadores, dos produtores do conhecimento científico, com o objetivo de ampliar as possibilidades interpretativas para uma melhor compreensão de todas as questões que nortearão o projeto em pauta.

Numa outra perspectiva, o projeto também utilizará a percepção de produtores da própria mídia para investigar essas questões. Daí porque serão feitas entrevistas com jornalistas, produtores de Rádio e TV, editores dos jornais impressos do estado, entre outros profissionais, visando uma melhor compreensão desses espaços midiáticos que registram, analisam e interpretam os fenômenos culturais no calor da imediatividade que a própria profissão determina, chegando a influências e a diagnósticos às vezes antes do saber/olhar acadêmico.

Os dados coletados através da presente pesquisa serão analisados e interpretados a partir das técnicas de análise de conteúdo, fundamentadas nas concepções de Bardin (1979). Considerando a necessidade de categorização e avaliação do material produzido pela mídia e da percepção/compreensão dos responsáveis por esses produtos.

O que pretendemos no projeto em pauta é desenvolver uma pesquisa que contemple referenciais relacionados com os festejos juninos dentro de uma perspectiva sociológica, antropológica, histórica e cultural, dialogando com questões teóricas sobre Folclore, Cultura Popular e Folkcomunicação. Essa visão metodológica de abrangência multicultural permitirá dessa forma uma análise dos festejos juninos de forma dinâmica/plural, sem o reducionismo construído por alguns pesquisadores que optam por conceitos mais simplificados para a análise de fenômenos sociais, econômicos e culturais na sociedade contemporânea.

## **Referências Bibliográficas**

ARAÚJO, Alceu Maynard. **Folclore Nacional**. São Paulo: Melhoramentos, 1967.

AYALA, Marcos & AYALA, Maria Ignez. **Cultura Popular no Brasil**. São Paulo: Ática, 1987.

BARRETO, Luiz Antônio. **Folclore – Invenção e Comunicação**. Aracajú: Typografia Editorial/ Scortecci Editora, 2005.

BELTRÃO, Luiz de Andrade Lima. **Folkcomunicação: Teoria e Metodologia**. São Bernardo do Campo: Umesp, 2004.

BOSI, Alfredo. **Cultura Brasileira – Temas e situações**. Alfredo Bosi, organizador. São Paulo: ed. Ática. 1987.

CARNEIRO, Edson. **Dinâmica do Folclore**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1965.

CASCUDO, Luís da Câmara. **Folclore no Brasil**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1967.

COELHO, Teixeira. **Guerras Culturais**. São Paulo: Ed. Iluminuras LTDA., 2000.

FERNANDES, Floreston. **O Folclore em Questão**. São Paulo: Hucitec, 1978.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1998

GALINDO, Daniel. **Folkcomunicação: mediação, mediação ou midiatização?**. In: *Mídia Cidadã, utopia brasileira/ organização de José Marques de Melo, Maria Cristina Gobbi, Luciano Sathler*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade/ Néstor García Canclini; tradução Heloísa Pezza Cintrão. Ana Regina Lessa**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997 – (Ensaio Latino-americanos)

HORKHEIMER, Max & ADORNO, Theodor W. **O iluminismo como mistificação de massa**. In: *Teoria da Cultura de Massa/ Adorno... [et al.]*; introdução, comentários e seleção de Luiz Costa Lima. – 2ª ed. – Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

LIMA, Elizabeth Christina de Andrade. **A fábrica de sonhos: a festa do Maior São João do Mundo** – Campina Grande – PB. Fortaleza, Universidade Federal do Ceará, 2001. Tese de doutoramento.

LUCENA FILHO, Severino Alves de. **A festa junina em Campina Grande – Paraíba: evento gerador de discursos organizacionais no contexto do Folkmarketing.** Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2005.

\_\_\_\_\_. **Cachaça e Rapadura, símbolos da comunicação popular em Areia – Paraíba – Brasil.** V Congresso Latino Americano de Ciências de la Comunicação- Santiago do Chile, 2000.

\_\_\_\_\_. **Azulão do Bandepe – uma estratégia de comunicação organizacional.** Recife: Ed. Do autor, 1998.

MARQUES DE MELO, José. **Folkcomunicação, disciplina científica com sotaque brasileiro.** Anuário Internacional de Comunicação Lusófona, 2005.

MORAES FILHO, Mello. **Festas e tradições populares do Brasil/** Mello Moraes Filho; prefácio de Sílvio Romero. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia; São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 1979.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura.** 3ª ed. São Paulo: Editora Brasiliense s.a. 1998.

\_\_\_\_\_. **Cultura brasileira e identidade nacional.** São Paulo: Editora Brasiliense s.a. 1985.

SCHIMIDT, Cristina. **Folkmídia: da existência à coexistência.** In: Mídia Cidadã/ organização de José Marques de Melo, Maria Cristina Gabbi, Luciano Sathler. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a cultura – A comunicação e os seus produtos.** Petrópolis: Vozes, 1996.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **A espetacularização das culturas populares ou produtos culturais folkmediáticos.** Brasília, 2005.

\_\_\_\_\_. **A copa do mundo de 2002 e as festas de São João no Nordeste: a reinvenção das tradições culturais nordestinas.**

\_\_\_\_\_. **O São João de Campina Grande: um acontecimento folkmediático.** Unisinos – Rio Grande do Sul, 2001.

\_\_\_\_\_. **Apropriações do folclore pelas mídias e o turismo: o caso concreto do São João de Campina Grande – Paraíba.** Universidade Federal da Paraíba, 1998.

\_\_\_\_\_. **Folkcomunicação in Mídia Cidadã, utopia brasileira** / organização de José Marques de Melo, Maria Cristina Gabbi, Luciano Sathler. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.

VALLE, Edênio & QUEIROZ, José J. **A cultura do povo/** Edênio Valle, José J. organizadores. 3ª ed. São Paulo: Cortez: Instituto de Estudos Especiais, 1984.