

## A FÁBRICA DOS SONHOS: A INVENÇÃO DA FESTA JUNINA NO ESPAÇO URBANO

*Ab! A festa da primavera!  
Nenhum habitante do  
Bosque quereria faltar!  
(...) Faltar a uma festa  
destas? Nem pensar! (...)  
Caro Texugo, todos os dias  
são bons para fazer festa!  
(...)  
Grá digo e grá repito, grá!  
Estas festas são tolices!, res-  
mungava o corvo. (...)*

**DE ELIZABETH CHISTINA DE ANDRADE LIMA**

*A Fábrica dos Sonhos: a invenção da festa junina no espaço urbano*, Editora Idéia, João Pessoa, 2002.

**POR VANDA LUCIA DE SOUZA BORGES\***

Professora Assistente da UNIFOR e do CEFET-CE, mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFC.

no livro *A Fábrica dos Sonhos: a invenção da festa junina no espaço urbano*, originado em sua tese de doutorado em Sociologia da UFC e publicado pela Editora Idéia, em João Pessoa, em 2002.

Sua pesquisa vai nos mostrar como uma festa

**E** quando a festa acabava e todos, alegres e contentes, mortos pelo cansaço, estavam dormindo em seus ninhos e nas tocas, eis que ele se entregava ao trabalho de limpeza, a fim de levar todas as sobras. E limpando ele dizia para si mesmo:

*Ab, que delícia, a festa da primavera! É uma felicidade imensa! Mas, grá digo e grá repito, grá! Amanhã o Bosque deve estar limpo como sempre!! Do contrário o que diriam as flores?* (Tony WOLF, 1997, p.6) .

Interessante notar que um livro infantil, como este que circula em minha casa quando ocupei-me desta resenha, com quase uma centena de estórias, inicie justamente contando uma festa, da qual todos os habitantes do Bosque participam divertindo-se, senão, resmungando e queixando-se, mas ninguém fica de fora.

Sendo uma situação de aparente exceção, em meio ao concerto cotidiano de labuta e negociação, qual o significado da festa, este evento aparentemente gratuito e dispensável?

Esta é uma das principais questões colocadas por Elizabeth Chistina de Andrade Lima,

considerada tradicional no Nordeste brasileiro, o São João, se transformou, em Campina Grande (PB), no Maior São João do Mundo, um acontecimento incorporado ideologicamente pela esfera do lazer, como atividade-negócio, com amplas repercussões nos aspectos econômico, social, político, eleitoral e turístico. De festa familiar e comunitária o São João de Campina Grande transformou-se, no espaço de duas décadas, numa festa universal, global, regida por providências técnicas, comerciais, mercadológicas, administrativas e políticas, adotadas por profissionais envolvidos no planejamento, montagem, organização e prática da festa.

A festa é ocasião de encontro/confrontação entre os campinenses e os turistas nacionais e estrangeiros e também entre o São João de antigamente presente na lembrança e nas falas dos que testemunharam as notórias transformações dos folguedos juninos em Campina Grande e o modelo atual, massificado e concentrador. E, se, a festa, por esses encontros que proporciona, remete à noção de uma unidade sociocultural, esta deve ser interpretada como contribuição da festa para manter a estrutura social.

Interpretando os sentidos da festa junina e do festejar, a autora, recusa a versão dos

folcloristas por considerá-la romântica, ao ressaltarem os aspectos estáticos, homogêneos e unitários do fenômeno junino.

Deslocado do espaço rural onde se originou, inserido no contexto urbano, o São João tem aí, símbolos, rituais e intenções particulares. Na cidade, a festa junina é comercializada, e transformada em elemento de marketing turístico, econômico, social, cultural e político.

No âmbito das Ciências Sociais a autora aponta a escassez de estudos sobre o São João, e a dominância nas análises dos festejos religiosos, destes como produtores de significação simbólica, bem como de construções de processos identitários.

Outra interpretação é a de Da Matta que segundo Lima até poderia ser válida no caso da festa junina, que seria vista como uma passagem da seriedade à transgressão, do cotidiano ao extraordinário, e que apesar de “correta”, lhe parece incompleta para pensar a festa urbana do São João. Contudo, Lima propõe um “novo olhar” que capta o festejo junino como uma tradição inventada, um espetáculo, passando a existir com uma festa comercializada, (...) como uma produção prática e discursiva, imagética e cênica, a qual toma a idéia de tradição como principal e fundamental enunciado e elemento definidor do evento junino.” (p.23)

Sem maior aprofundamento sobre as conseqüências desse modo de ver o fenômeno em apreço, a autora apresenta ao longo dos quatro capítulos do livro, uma descrição circunstanciada dos personagens, espaços e relações que se estabelecem em tomo do Maior São João do Mundo. No primeiro capítulo é feita uma descrição etnográfica sobre os festejos juninos na cidade de Campina Grande, que permite confrontar as práticas sociais desde o início do século XX até o momento da pesquisa, concluída em 1999. De festa rural, familiar, passando para os bailes organizados em diversas ruas da cidade, e para os quais se cobrava ingresso, depois foram os clubes sociais a oferecer bailes, e o surgimento de inúmeras quadrilhas organi-

zadas em associações as mais diversas que contribuíram para a instituição da tradição junina na cidade. No ano de 1976 a Prefeitura Municipal tem a iniciativa de organizar, centralizando os festejos e normatizando-os nos mais variados aspectos e inaugura uma nova estratégia de condução das atividades de recreação e da cultura locais que culmina na fabricação da festa como um espetáculo turístico.

No segundo capítulo é feita uma descrição da festa na qual esta emerge como produto de consumo, um serviço de entretenimento, que lhe confere uma relevância social, de reconhecimento público, exaltado pelas autoridades e reproduzido ao nível das massas com o eloqüente apoio dos MEDIA, conquistando proporções gigantescas. Estes dados reforçam a pertinência do título da obra “A Fábrica dos Sonhos”, que remete à idéia de que o lazer, na sociedade pós-industrial apresenta-se como a realização profana do paraíso.

O capítulo três descreve os usos dos festejos juninos como capital político. Tendo sido a iniciativa governamental a ponta de lança do processo que conduziu à constituição do Maior São João do Mundo este é sobejamente usado como palco de práticas políticas que habilmente mesclam o recurso à tradição com as vantagens da modernidade que a transformam em elemento de consumo, cujo reconhecimento e prestígio são auferidos mediante sua perpetuação no poder.

No quarto e último capítulo avalia as repercussões do Maior São João do Mundo nos MEDIA, no cordel e na música. Os meios de comunicação se constituem como articuladores dos interesses particulares de artistas, empresários, comerciantes, políticos, consumidores, festeiros e cidadãos que se comunicam reciprocamente’ mediante as notícias, propagandas, informes e demais formas de comunicação. É de grande destaque o papel dos veículos de notícia, pois o que é notícia conquista maior credibilidade do que propriamente uma peça publicitária e a dimensão da cobertura jornalística

dada ao evento amplia as expectativas que os personagens individuais têm sobre a festa. A autora ressalta o papel privilegiado dos meios de comunicação em fabricar a festa, logo o papel central que eles desempenham na “sociedade espetáculo”.

Sendo sucesso de público garantido, o Maior São João do Mundo não deixa de ser tema também de artistas populares, cordelistas, músicos, compositores que utilizam o tema em toda sua amplitude temporal, de passado, presente e futuro, em suas variações espaciais, no campo, na roça e na cidade, e variações motivacionais, por ser ocasião de encontros e desencontros amorosos, de confraternização, de sobrevivência, etc. A presença da festa junina nos MEDIA e na obra dos artistas populares é um indicativo do enraizamento do evento no imaginário social

e cuja riqueza de significados a autora tentou ao máximo ilustrar.

Enfim, o estudo do Maior São João do Mundo nos instiga a ver a importância de um tema como o lazer, do qual muitas vezes subestimamos a dimensão e os significados, mas que se mostra capaz de transmutar a economia tipicamente rural de uma cidade nordestina como Campina Grande, numa economia de serviços, com características e problemas comuns aos centros das economias pós-industrial.

Por tudo isso, vale a leitura.

### **REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA**

WOLF, Tony. O Bosque das Maravilhas. São Paulo: Editora Paulus, 1997.