

# Revista Iberoamericana de Turismo



MINISTERIO  
DE ASUNTOS EXTERIORES  
Y DE COOPERACION



## A FESTA DO MAIOR SÃO JOÃO DO MUNDO: ANIMAÇÃO PARA TURISTAS E RESIDENTES

Zulmira Silva Nóbrega

Doutora em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal da Bahia, Brasil. Professora da  
Universidade Federal da Paraíba, Brasil  
E-mail: [zulmiranobrega@uol.com.br](mailto:zulmiranobrega@uol.com.br)

### Resumo

Este artigo discute o megaevento festivo denominado O Maior São João do Mundo, a mais expressiva celebração popular do ciclo junino da Região Nordeste do Brasil, realizada anualmente, durante todo o mês de junho, na cidade de Campina Grande, estado da Paraíba, direcionando-lhe um olhar para sua dimensão lúdica, aspecto primordial para contextualizar sua expressividade no âmbito do turismo de eventos, aglutinando elementos artísticos, estéticos e tecnológicos da indústria cultural, porém aliando-os a reinvenção das tradições, exaltando a cultura nordestina e os valores inerentes à cidadania participativa na perspectiva do turismo sustentável.

**Palavras-chave:** Festa de São João. Campina Grande. Lúdico.

## 1 INTRODUÇÃO

As festas populares brasileiras se efetivam em constantes crescimentos, identificadas como produtos de investimentos e ganhos financeiros de importância, movimentam altos valores em sua produção e envolvem setores produtivos rentáveis, nos moldes de bens de consumo de massa, conforme o interesse que desperta em investidores, patrocinadores, governos, cadeia produtiva do turismo, mídia, entre outras áreas da economia. Muitos municípios têm suas grandes festas entre as principais atividades econômicas locais, condição que leva tais celebrações a terem primazia nos planos político-administrativos e no imaginário popular, na conhecida fórmula de empregar as tradições e o etos local em função de formas espetaculares para atividades de entretenimento e lazer no campo das trocas comerciais.

As festividades do ciclo junino são bastante significativas para o povo do Nordeste Brasileiro, em termos de religiosidade, interesse cultural, identidade e economia local por fazer parte da cadeia produtiva do turismo regional. E O Maior São João do Mundo alcança o ápice de importância entre as realizações do setor com grandeza comprovada na diversidade, qualidade, quantidade e originalidade de suas atrações artísticas de caráter multifacetado no que tange à cultura, como também nos dados estatísticos sobre sua rentabilidade econômica, investimentos do setor público e privado, interesse da mídia, fluxo turístico e, em especial, a participação popular, destacando-se, neste ponto algo que

nomeamos como “a cultura cidadã lúdico-participativa” local, mediante o intenso envolvimento do povo campinense.

A Prefeitura Municipal da Campina Grande atesta que na última edição do evento, de 2011, contabilizou a presença de 1,5 milhão de participantes nos festejos, 700 horas de forró, 500 atrações no Parque do Povo, 160 trios de forró pé de serra e 200 quadrilhas que se apresentaram nos bairros da cidade e nas principais noites do evento. Entretanto, recentemente, em entrevista a emissora paraibana TV Master, no Programa Conexão Master, no dia 28 de maio de 2012, às vésperas da trigésima edição do evento, o prefeito Veneziano Vital do Rego afirmou que em 2011 se registrou um público de dois milhões de pessoas ao longo de todo o mês da festa, e que a mesma cresce a uma proporção de 5 por cento a cada nova realização.

O evento foi institucionalizado pela Prefeitura Municipal de Campina Grande no início dos anos de 1980. Em 1983 recebeu a marca de O Maior São João do Mundo. Em 1986 foi o ano de inauguração do Parque do Povo, o grandioso local de 42 mil metros quadrados construído especialmente para a realização da festa, com seu original Forró-dromo (pista de dança com grande dimensão para se dançar forró), também conhecido, devido à forma geométrica de sua arquitetura, como a Pirâmide do Povo. A partir daí não parou mais de crescer, com a característica de renovar seus eventos paralelos e atrações a cada ano, mantendo, também, muitas atrações fixas, com destaque para as apresentações artístico-musicais de grandes nomes do cancioneiro popular brasileiro e nordestino, cidade cenográfica que reproduz prédios antigos da cidade e aspectos do cotidiano rural da Paraíba, com manifestações do folclore e tradições seculares, barracas de comidas e bebidas típicas que juntas a muita diversão promovem um pantagruelismo impressionante, trem do forró e concurso de quadrilhas, havendo ainda presença de celebridades das principais redes de televisão, tais como atores e atrizes de telenovelas, além da presença da multidão de visitantes que se revezam durante os 30 dias da festa, no âmbito do turismo regional, nacional e internacional. Entre as ocorrências renováveis que já aconteceram em uma ou outra das edições do evento, destacamos o casamento coletivo de centenas de casais, missas campais, cultos evangélicos e cerimônias ecumênicas que reúnem milhares de fiéis, grandes atrações artísticas em casas de shows, encontros acadêmico-científicos, competições esportivas, lançamentos de filmes do circuito comercial, CDs e DVDs, além de muito mais. A listagem de realizações parece infindável.

Como qualquer outro grande festejo popular na contemporaneidade, O Maior São João do Mundo, como objeto de investigação acadêmica, emerge como um corpus pontado por hibridismos socioculturais, compondo um mosaico de representações que se entrecruzam, instigante para a percepção e abordagens de seus sistemas de valores e universos de sentidos. A comemoração campinense, assim, revela-se como um campo multifacetado para discussões de suas autonomias e intersecções com o desenvolvimento regional coletivo e como suas formas se articulam às culturas populares, de resistência ou subordinação aos modelos culturais massivos, as imbricações no âmbito sociopolítico, questões de relações de poder e de capital, além de convívio humano.

O Maior São João do Mundo é uma festa, mas também uma nova maneira de produzir e circular a cultura, com atividades lúdicas, divisão de trabalho, disputas e conflitos, no campo da política, sociabilidade e economia, múltiplas manifestações que revelam complexos campos de interfaces e transversalidades.

A comunidade local vive intensamente o simbolismo do ciclo junino, na moda e na decoração de espaços públicos, comércio, bancos, supermercados e residências, assim como na gastronomia e temática publicitária, pautando, também as enunciações da mídia local e regional. Nos bairros surge uma infinidade de arraiais e quadrilhas improvisadas,

famílias fecham as ruas para acenderem suas fogueiras e se divertirem evitando a enorme aglomeração do Parque do Povo. Isso não acontece em todos os 30 dias de festa tal qual no perímetro principal das celebrações, mas a existência da marcante cultura junina é fato comprovado. O cotidiano urbano e a lógica racional são subvertidos, compondo, um quadro de resistência à “repressão cultural e social” e ao “princípio de desempenho”, como também à égide impositiva da razão teórica e prática, obrigando ao homem a canalização de sua energia para o trabalho e a produtividade, impedindo-o de viver plenamente na associação de sua vida com a estética e de utilizar espontaneamente “suas faculdades ‘superiores’ e ‘inferiores’, sensualidade e intelecto, prazer e razão.” (MARCUSE, 1968, p. 156-173).

Para Bakhtin (1987, p. 70) “a festa é a categoria primeira e indestrutível da civilização humana,” além de também se manifestar em “formas primordiais” da vida em sociedade, com conteúdo essencial para sempre exprimir uma determinada visão do mundo. A perspectiva do autor evidencia a importância da festa como contexto social e cultural da civilização humana, o que comprovamos no fato de O Maior São João do Mundo ser um dos grandes eventos marcantes para a percepção e publicação dos valores sociais, culturais, políticos, econômicos e turísticos da região Nordeste do Brasil.

Pensamos, assim, que o agir lúdico-festivo das pessoas espontâneo e animado, com a disposição de participar, vibrar, interagir, brincar, cantar, dançar, comer e beber, atos que seriam ao mesmo tempo meios e fins, ou seja, ações práticas significando apenas diversão, trazem consigo muito mais, a começar pelas questões efetivas e motivacionais do grande público que faz a festa, propenso à contemplação e à emoção espontâneas, abertas, no dizer de Morin (1986, p. 97), “à prosa e à poesia, vivendo na participação, no amor, no fervor, na comunhão, na exaltação, no rito, na festa, na embriaguez, na dança e no canto, transfigurando a vida prosaica de tarefas obrigatórias e utilitárias.”

Os signos temáticos populares presentes, tais como a religiosidade, tradições, usos, costumes e demais bens culturais expressos na arte e na estética, têm enorme significado para as pessoas que brincam. Recrudescem os sentimentos de pertencimento e identidade já latentes de forma intrínseca. Daí as motivações para o povo conseguir o domínio simbólico do Maior São João do Mundo, promovendo, segundo o entender de Itani (2003) “celebrações à alegria e à vida” que se sobrepõem aos interesses políticos e mercantis que, obviamente, têm firme presença, afinal, assim como outras grandes festas populares que pululam por todo o país, trata-se de um mega evento cuja organização e execução dependem de investimentos do poder público constituído e de grandes empresas. Por isso, sua condição inequívoca de mercadoria do circuito do mundo das trocas na política, economia, turismo e mídia, com retornos significativos para os agentes dominantes desses setores.

Contudo, isso não é percebido ou não tem importância para o povo. Com sua decisão para o acesso ao prazer da celebração em seus diversos atos de risos, prazeres e alegrias, institui a sobreposição da dimensão lúdica sobre as outras, com apropriações tanto no plano simbólico (“a festa é do povo”) quanto no material, conforme procuraremos demonstrar ao tecer linhas de ligação entre o lúdico e as ocorrências das demais esferas.

A diversão parece situar-se num estado puro, atrelada às questões de pertencimento e identidade inerentes à cultura de origem, independentemente das presenças e interferências de caráter político e econômico.

## 2 SITUANDO O LÚDICO

O próprio entendimento do lúdico é plural, uma expressão sinonímica para, em consonância com os propósitos de nossa investigação, designar brincadeira, diversão e demais atividades prazerosas cujo fim de satisfação é a própria atividade em si, sendo bastante utilizada também para designar “jogo” que, por sua vez, é termo bastante polissêmico, conforme a abordagem da obra *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura* (HUIZINGA, 2005), uma referência respeitável para o estudo dos fenômenos lúdicos nas suas diversas intersecções e com reconhecida amplitude.

O título principal do livro, *Homo Ludens*, automaticamente adianta a tradução etimológica do latim para o português como “homens lúdicos”. Porém, o complemento, o jogo como elemento da cultura, exprime com maior precisão o significado literal que o autor destina a ludens: “jogo”. E o robusto do conteúdo da obra corresponde à polissemia já denotada na própria expressão designativa.

Iniciamos nossa reflexão tratando das imbricações entre “lúdico” e “festa”, sob a primazia da denominação de “atos lúdicos”, nos quais o “jogo” poderia surgir de forma derivativa. Porém, Huizinga sobrepõe a idéia de “jogo” para contemplar tanto o lúdico recreativo e festivo como a disputa séria e competitiva.

Huizinga, de nacionalidade alemã, recorre aos escritos sobre a “natureza da festa”, do pensador húngaro Karl Kerényi para afirmar que os jogos e festas se identificam plenamente, por serem ocorrências com limitação de tempo e lugar, promover atividades díspares da vida cotidiana e exaltar o lúdico e a alegria, além de possuir autonomia própria. Huizinga (2005, p. 25) também relata que, segundo Kerényi, as festas possuem aquele caráter de independência primeira e absoluta que atribuímos ao jogo. “Entre as realidades psíquicas” diz Kerényi, “a festa é uma entidade autônoma, impossível de se assimilar a qualquer outra coisa que exista no mundo”.

O jogo, segundo Huizinga (2005), além de tratar da fenomenologia cultural inerente à “festa” abarca ainda, os complexos e variados aspectos do ludismo relativos à filosofia, conhecimento e cultura, arte, poesia, e sentimentos humanos inerentes aos jogos amorosos e sexuais, além de outros detalhes, um conjunto de temas abordados com muito fôlego. E não fica somente nisso. O autor vai ainda bem mais longe e se ocupa de uma outra vertente diametralmente oposta ao estudar, também exaustivamente, as disputas sérias, nas quais os contendores têm os objetivos de supremacia, reconhecimento e até premiação pela vitória, envolvendo ganhos pecuniários, chegando a ainda considerar o jogo no âmbito da disputa judiciária e até questões de sobrevivência entre vencedores e vencidos nos “jogos de guerra”.

O São João de Campina Grande reúne todas as características formais e materiais do jogo, tanto no aspecto do lúdico propriamente dito, referente à diversão e alegria e demais atos relativos ao prazer e satisfação de festejar livre e espontaneamente, como no âmbito da disputa séria, em jogos envolvendo condições especiais, objetivas e subjetivas, coisas tangíveis, como também intangíveis relacionadas à ideologia e propósitos políticos, relações de poder, divisão social e cultural, motivações e paixões humanas, compondo a dualidade condizente a “jogo recreativo” e “jogo de disputa.” Pensamos, deste modo, O Maior São João do Mundo, mediante suas dicotomias e transversalidades, as quais se potencializam mediante sua concepção de grandiosidade, que o leva a ser reconhecido pela política local, investimentos empresariais, mídia, turistas e sociedade local como um portentoso espetáculo entre os grandes megaeventos do país, com caráter espetacular, por isso uma realização eivada de pontos convergentes e divergentes, solidariedades e animosidades, no modelo em que Rubim (RUBIM, 2005, p. 27), procura definir a questão,

lembrando que os posicionamentos estruturais dos mais críticos pensadores da história, a exemplo dos “filósofos da suspeita” (Marx, Nietzsche e Freud)<sup>1</sup>, os frankfurtianos, Adorno e Horkheimer, e o contemporâneo, Foucault, tiveram diretrizes consensuais no sentido de considerar a impossibilidade de haver interesses comuns em fenômenos sociais que envolvem “razão, verdade e antecipação”, aceção que leva o pesquisador a entender ser também “improvável uma simplificadora identificação entre espetáculo, falseamento e dominação, sem mais, de modo que “os espetáculos e os procedimentos, enfim tornam-se novos e essenciais campos de disputa, desiguais, como a sociedade capitalista em que ainda vivemos”.

### 3 JOGOS POLÍTICOS

Os objetivos políticos eleitorais no âmbito estatal são completamente perceptíveis no Maior São João do Mundo, porém enfrentam os enunciados críticos e de protestos de outros segmentos da sociedade que reclamam pelo poder de também decidir na seleção das representações culturais a serem expressas na efetiva realização do evento, em virtude de, principalmente, os signos temáticos populares do evento, tais como a religiosidade, tradições, usos, costumes e demais bens culturais expressos na arte e na estética, terem enorme significado para as pessoas ao tocar nas suas emotividades relativas a pertencimento, memória e identidade.

As motivações pessoais se instituem como passaporte do povo para entrar no jogo e conseguir o domínio simbólico do Maior São João do Mundo, disputa fácil e naturalmente vencida mediante a constatação de ser “o povo quem realmente faz a festa”.

Há realmente um “jogo político” que se torna mais evidente na discutida dicotomia de subordinação e resistência das manifestações populares simbólicas e identitárias, um campo social culturalmente integrado, apesar das idiosincrasias explícitas, O Maior São João do Mundo é especial para comprovar que um evento tão portentoso somente é possível com uma política pública que permite a democracia nos jogos de poder.

Entretanto, mesmo ao ceder em muitas questões relativas à festa, parece que não há derrota para os interesses políticos. Com o reconhecido e propalado sucesso do evento, seus objetivos são alcançados, inclusive ao justificar a utilização de recursos municipais, estaduais e federais, como um programa de política estatal de cultura, apesar de sua indisfarçável intencionalidade publicitária com fins eleitorais, sempre com resultados mediante a ótima visibilidade e conceito da comemoração.

O ponto que mais fragiliza os políticos é decorrente das críticas que apontam para o extremado caráter mercantil, industrial e pasteurizado da festa, destacando que a presença de cantores de projeção nacional, porém com temática destoante da cultura regional, a exemplo das duplas Zezé de Camargo e Luciano e Chitãozinho e Xororó, compromete o caráter de autenticidade, sendo a contratação de artistas famosos no cenário nacional um ação de marketing político, na lógica de atrair um público maior, um contingente expressivo de eleitores agradecidos “aos mecenas dos festejos”.

Em contrapartida, os políticos se defendem afirmando que prestigiam muito mais as celebridades com perfil de identidade regional, a exemplo de Elba Ramalho, Zé Ramalho, Fagner e Alceu Valença, entre outros, e, em maior número, os artistas da terra, de maior ou menor fama nos limites do Nordeste Setentrional, caso de Flávio José, Fubá, Pinto do Acordeon, Oliveira de Panelas, além de muitos outros. Suas justificativas passam

<sup>1</sup> Paul Ricoeur batizou Karl Marx, Friedrich Nietzsche e Sigmund Freud de “filósofos da suspeita”, pelas suas célebres colocações que passaram a guiar o pensamento ocidental na segunda metade do século XX, no seu esforço para relacionar filosoficamente questões da consciência humana com a realidade.

ainda por comentários relativos ao direito do povo assistir ao vivo e gratuitamente os famosos vindos de longe, de modo que a contratação desses artistas é um ato democrático, válido e legítimo, diante a comprovação cristalina da presença de uma multidão para assistir aos grandes shows.

É inegável que O Maior São João do Mundo impressiona com as cenas da TV mostrando cerca de 80 mil pessoas se acotovelando para assistir aos megas shows realizados no principal ponto de exposições artísticas, o grande palco do Parque do Povo, dançando, vibrando e aplaudindo seus ídolos. Isso simboliza que o caráter espetacular do evento é perfeitamente aceito e assimilado pelo público, como motivação para arroubos de ufanismo e orgulho de muita gente por pertencer à terra que promove tão grandioso evento, cujos requintes de “espetacularização”, parece ser condição *sine qua non* para seu sucesso popular, um signo de exaltação à cultura e a identidade regional, mesmo com a presença de expressões industrializadas

De acordo com os meandros típicos de um jogo surgem desdobramentos que acabam unindo os contendores para embates exteriores. As questões de pertencimento e de identidade acabam prevalecendo e todos, em arroubos de ufanismo, fazem questão de que O Maior São João do Mundo continue no topo do ranking das celebrações do ciclo junino proporcionando a Campina Grande ser tão poderosa no campo simbólico festivo da mídia e do imaginário dos brasileiros quanto Caxias do Sul (Festa Nacional da Uva), Blumenau (Oktoberfest), Barretos (Festa de Peão de Boiadeiro), Parintins (Festa do Boi), Belém (Festa do Círio de Nazaré), entre outras. A competição aqui referenciada em termos de simbolismos possui grande praticidade ao redundar em materialismos desejados no âmbito da economia das festas, lazer e turismo.

A confluência de diferentes posicionamentos sobre a festa campinense, em discursos antagônicos que tecem juízos de valor sobre suas diferentes ocorrências, configura um jogo político que recorta, transversaliza, unifica, converge, separa, aproxima, limita, objetiva e subjetiva, provoca conflitos e consensos. Posicionamentos que se debatem para as legitimações e manifestações da grande festa junina, mediante a discutida dicotomia de subordinação e resistência dos segmentos sociais em relação à ordem política.

Todavia, percebemos que as posições conflitantes, discordantes da política oficial, mesmo prolixas e tonitruantes, têm limitada eficiência pragmática. Em virtude do planejamento, organização e execução do evento, sua total gestão, enfim, ser de domínio do poder público municipal, inclusive com autoridade para estabelecer parcerias com organismos do governo estadual e federal, além de empresas privadas.

A Prefeitura é a grande articuladora do Maior São João do Mundo, desde a gestão de grande parte dos recursos financeiros, até a definição de seu formato, dias de realização, o horário e a escala da extensa programação artística, quantas e quais atrações se apresentarão em cada um dos palcos montados, o número de estabelecimentos comerciais e ambulantes instalados no Parque do Povo. O poder municipal, portanto influencia ou simplesmente decide na festa, sobre todos os ângulos, numa coordenação verticalizada.

A Secretaria do Desenvolvimento Econômico de Campina Grande centraliza a organização da festa. O chefe da pasta na administração do prefeito Veneziano Vital, durante os festejos de 2006, 2007 e 2008, o economista Arlindo Almeida, explicou que as primeiras reuniões e divisão de tarefas de preparação do evento acontecem um ano antes a sua realização, já que quando acaba uma edição começa o trabalho da próxima.

Já é banal o reconhecimento do dos modelos político-administrativos que se apropriam as tradições culturais regionais como bases temáticas para oferecer à população e turistas diferentes formas de lazer, a exemplo das festas populares locais trabalhadas nas perspectivas de espetacularização, realizações que oferecem momentos prazerosos e

amenos, em meio ao cotidiano utilitário, de deveres e obrigações, mas que também são estratégias políticas criativas, simpáticas e sedutoras aos olhos do povo do lugar e turistas, assim como iniciativas para gerar e aumentar a receita dos cofres municipais, quase sempre combalidos na maior parte dos municípios brasileiros.

O Maior São João do Mundo, assim, faz parte do fenômeno das festividades públicas populares que se espalhou pelo Brasil, caracterizadas por explorar rituais que antigamente eram espontâneos devido à religiosidade e costumes populares, mas agora apropriadas pelos dirigentes públicos que na posição de controle absoluto na gestão dos eventos, abrem espaços para parcerias empresariais. Realizações transformadas em megaeventos com marcantes características de empreendimento político e mercantil.

Canclini (2008, p. 20) dá foro de cientificidade à ideia consensual sobre os eventos festivos com base temática na cultura tradicional interessarem a variados segmentos da sociedade, mas particularmente os políticos e econômicos, pelo fato de as festas tradicionais, mesmo que projetadas para dinamizar a produção e venda de artesanato, não se articulam como “tarefa exclusiva dos grupos étnicos, nem sequer de setores camponeses mais amplos, nem mesmo da oligarquia agrária; intervêm também em sua organização os ministérios da cultura e do comércio, as fundações privadas, as empresas de bebidas, as rádios e a televisão”. Se no âmbito de intervenção estatal o autor fala em “ministérios da cultura”, certamente não há limitação em estender sua citação para outras instituições governamentais, entre elas, estados federativos e prefeituras municipais.

As festas populares contemporâneas, especialmente as que se notabilizam pelo porte de megaeventos, vêm se firmando e crescendo nesse modelo, prova de atender aos objetivos dos organizadores, que optam pelo formato industrializado mediante sua eficácia para a promoção político-eleitoreira e proporcionar lucro financeiro.

#### 4 A ECONOMIA DO TURISMO

Debord (1997), imbuído no espírito de observar a lógica da “mercadoria”, que Marx havia analisado no sistema de produção, estende tal denúncia a todos os aspectos da vida cotidiana, em particular ao lazer criado pela evolução tecnológica que, longe de suscitar liberdades, acaba alimentando o espetáculo sem valor cultural, fomentando necessidades artificiais, renovadas incessantemente, submetendo nossas vidas a representações manipuladas e afetadas, que acabam virando nosso liame com o mundo.

No Maior São João do Mundo há o claro propósito político e mercantil de dotar o evento no patamar de “espetacular”, em decorrência de o grande público, influenciado pela indústria fonográfica e a visibilidade proporcionada pela televisão, considerar a máxima de “festa atrativa ser aquela que conta com os nomes mais famosos do cenário musical popular”.

As enunciações, promocionais ou mesmo jornalísticas, acabam criando, nos processos persuasivos de venda do produto turístico O Maior São João do Mundo, códigos diversos de comportamento alicerçados em símbolos imagéticos que instigam sedutoramente a “cultura do turismo”.

A “a fantasia do ir e vir” é despertada pelas enunciações persuasivas, principalmente pelo abuso da utilização de imagens, de modo que o turismo é ofertado como as demais mercadorias do mundo das trocas. Lugares, paisagens, povos e coisas condicionam o turista, de acordo com as idéias de Marx (1988, p. 81) que considerava o fetiche das mercadorias uma relação social definida, estabelecida entre homens, porém com forma fantasmagórica de relação entre coisas.

Ensinaamentos oriundos do marketing prescrevem que para qualquer empresa patrocinadora de eventos o que interessa é o “custo - benefício” do investimento, levando em conta, principalmente, o número de pessoas que se farão presentes na realização.

Na dimensão econômica do “Maior São João do Mundo”, vislumbramos a simbologia espetacular e de espetacularização da festa que, devido a sua incomensurável capacidade mercantil interessa também aos empresários locais e às grandes empresas, inclusive multinacionais que, na condição de patrocinadoras, se apropriam do evento para veicular suas mensagens publicitárias. Assim, a desterritorialização cultural do evento permite a presença luminosa de logomarcas bastante conhecidas, a ponto de Coca-Cola ser anunciada como uma bebida junina. Entretanto, sendo um movimento de aglutinação e consumo, todos têm oportunidade de ganhar.

A Prefeitura de Campina Grande atesta que o evento movimenta cerca de 50 setores da economia local, sendo fonte de geração de renda e riqueza não apenas para os cofres públicos, com aumento da receita de impostos, e empresas, em especial da cadeia produtiva do turismo. Hotéis completam sua capacidade com reservas efetivadas meses antes do evento, residências particulares são cadastradas para locação e também encontram a mesma demanda. Restaurantes, bares, lanchonetes, supermercados necessitam aumentar seu quadro de pessoal e o comércio local, em sua totalidade triplica seu faturamento em relação ao movimento normal dos demais meses do ano. O turista também, realmente, faz a festa. A população se beneficia de forma generalizada, sendo que do guardador de carros à tapioqueira, do operário que monta a cidade cenográfica ao tocador de zabumba (tipo de tambor da região nordeste), todos ganham com o evento. Os profissionais e organizadores da cultura locais, de acordo com a concepção de Linda Rubim (2005c, 17-19), “fazer festa dá trabalho”), encontram ótimas oportunidade para mostrar seu talento e faturar com isso.

O site oficial do evento, administrado pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Campina Grande, dias antes do início da festa de 2009, publicou a matéria “São João de Campina Grande assegura crescimento no PIB municipal”, título que evidencia a informação sobre o incremento da economia local derivada do evento:

Nesta terça-feira, 26, o prefeito Veneziano Vital do Rêgo ressaltou que, além da perspectiva de atrair 1,5 milhão de pessoas para a cidade, os festejos do Maior São João do Mundo conseguirão, nesses 31 dias de festa, incrementar a economia da cidade e aumentar o número de empregos temporários. De acordo com um levantamento da Codemtur - Coordenadoria Municipal de Turismo da Secretaria de Desenvolvimento Econômico (SEDE), no ano passado os festejos juninos proporcionaram um impacto de quase R\$ 16 milhões no PIB (Produto Interno Bruto) de Campina Grande.

Independentemente das informações oficiais, a percepção da realidade social indica que significativa parcela da população local faz parte da cadeia econômica da festa. Gilson Lira, coordenador de turismo, informou sobre o recorde da presença de turistas na edição da festa de 2007 em decorrência de uma nova estrutura:

Não foi um trabalho fácil de fazer, foi um trabalho de total reestruturação na questão dos pavilhões e barracas. A ideia foi ampliar as ruas, o que se tinha antes era uma quantidade grande de barracas e ruas, tudo muito apertado, o turista acabava não se sentindo bem, o evento grande, mas tudo bem apertadinho. O que era barraca passou a ser

pavilhão. Saímos do formato de barracas para estruturas metálicas, que é fantástica em vários aspectos. (Informação Verbal).<sup>2</sup>

Há evidências de atualização, no âmbito da economia da festa, a proposição histórica e genealógica de Ronaldo Cunha Lima de classificar o megaevento campinense, já a partir de sua primeira edição, em 1983, como uma iniciativa para incrementar a atividade turística regional. Idealização solidificada no decorrer dos anos, projetando o Maior São João do Mundo como o maior evento do turismo paraibano, remontando à rentabilidade financeira da atividade.

A proposta comercial da festa, no âmbito do turismo, corresponde ao ideário de produção da economia mundializada, em que o lucro resultante das prestações de serviços de viagens para lazer e entretenimento ocorre numa expressiva concentração de capital e renda nas mãos de corporações transnacionais, com poucas empresas de grupos empresariais de pequeno porte. Para os governos federais, estaduais e municipais o desenvolvimento turístico como gerador de empregos também é uma meta comum em todos os projetos de crescimento. O turismo, portanto, em inúmeros municípios brasileiros é reconhecido como uma “tábua de salvação”. Num estágio em que as comunidades receptoras, mediante sua carência de melhor qualidade de vida e necessidade de colocação no mercado de trabalho, reféns das ações empresariais e estatais, acabam cooptadas para depositar sua fé no crescimento do setor, como panaceia para seus males e melhores dias.

Ao investir no seu megaevento junino Campina Grande segue a mesma cartilha. Na crença de que o desenvolvimento turístico privilegia os lugares e seus habitantes, sobretudo com a finalidade de valorizar as pessoas, as microeconomias, na função de estratégia de combate à pobreza. Uma forma de inclusão, com implantação de empresas locais com uma visão própria de exploração consciente e sustentável voltada aos interesses da escala humana e do local, pensando em indicadores de avanço coletivo.

Entretanto, ao não perceber na realidade tal paraíso terreno, o olhar crítico pensa justamente no fato de o turismo ser excludente, por provocar a degradação ambiental e cultural, um modelo perverso de crescimento econômico de poucos, mas não de desenvolvimento da coletividade. A plataforma crítica do turismo, derivada de intervenções acadêmicas, contrária ao entusiasmo geral, aponta para o lado contraproducente da atividade e seus impactos na cultura, meio ambiente, sociedade e economia.

À margem das observações críticas sobre os diferentes segmentos do turismo, inclusive no modelo em que se efetiva no Maior São João do Mundo, há muitos destinos receptores que alcançam alta lucratividade, mesmo que numa posição de indiferença às questões sociais, ambientais e culturais.

Os lucros são provenientes dos gastos dos visitantes com hospedagens, alimentação, transporte, passeios, entretenimento e lazer, entre outras atividades turísticas. Práticas consumistas que se efetivam em Campina Grande durante a realização do Maior São João do Mundo, proporcionando faturamento financeiro relevante para a economia turística local, assim como o teria para qualquer outro município, conforme afirmação da prefeitura campinense, que conta com o referendo de setores do trade turístico, a exemplo da nota relativa à edição da festa de 2009.

O Sindicato dos Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares confirma que, uma semana antes do início da festa, mais de 80% das vagas da rede hoteleira da cidade já estão reservadas pelos turistas. Isso significa que

<sup>2</sup> Entrevista com Gilson Lira, Coordenador de turismo da PMCG em 2007. Campina Grande, 14 de maio de 2008, 15h30.

das 2.568 vagas nos hotéis mais de duas mil foram preenchidas. Ainda conforme a entidade, as expectativas são de que o lucro e os empregos gerados nesta época do ano cresçam até 15%, em relação à edição do ano passado.<sup>3</sup>

Porém, há observações contraditórias sobre o ganho do evento com o fluxo turístico. Entre elas, a lembrança de visitantes que chegam para vivenciar a efervescência campinense, entrelaçando as convivências da vida familiar com as comemorações do Parque do Povo e de outros locais públicos da festa. No caso, a hospedagem, em diferentes graus de conforto ou improvisado, efetiva-se em residências de parentes e amigos. Um expressivo número de visitantes que nem mesmo se interessa pelos eventos mais concorridos, as apresentações musicais e demais atrativos do Parque do Povo. Suas comemorações acabam se concretizando no formato do “São João das Casas”. Prática que não proporciona lucro mais significativo para os setores produtivos do turismo.

Além disso, a presença de “turistas familiares” não ocorre nos 30 dias da festa, dado que também indica a limitação da receita financeira global do Maior São João do Mundo. A professora universitária Cléa Cordeiro, coordenadora de turismo da Prefeitura Municipal de Campina Grande durante a administração de Cássio Cunha Lima, nos anos de 1999 a 2002, chega a apontar para os pífios resultados da festa como atração turística. Afirmar que em virtude de Campina Grande contar com uma população de quase 400 mil habitantes não é difícil contar com dez mil pessoas no Parque do Povo, mesmo nas noites de menor interesse, pessoas da própria localidade que deixam de gastar em seus bairros para consumir no Parque do Povo, atitude nada compensatória para a economia campinense, ao contrário dos valores obtidos dos visitantes. “O que interessa é que entre divisas, que venha gente de fora”, afirma a professora.

O espírito junino campinense não se enquadra totalmente nos formatos do megaevento local decididos pelos direcionamentos políticos, comerciais, turísticos, industriais, espetaculares etc. Tanto que o modo de festejar em meio a família, o “São João das Casas”, é motivado pelo clima do Maior São João do Mundo, já que suas projeções simbólicas se fazem presentes de forma intermitente na cidade. Logo, a conclusão de que a festa de Campina Grande atrai visitantes regionais, principalmente de João Pessoa, que lotam as residências de amigos e familiares, a exemplo da revelação de Graciele Belarmino dos Santos, colhida no dia 24 de junho de 2008, a respeito do fato de haver 21 pessoas hospedadas em sua casa.

O calendário do ano de 2008 foi generoso para as festividades de São João. O dia 24 caiu numa terça-feira, feriado regional. Assim foi um final de semana prolongado, já que repartições públicas e diversos tipos de comércio de Campina Grande e João Pessoa não funcionaram também no dia “imprensado” (23 de junho, segunda-feira). Assim, o fluxo de não residentes em Campina Grande foi enorme, congestionamentos mais problemáticos no trânsito de veículos, supermercados, restaurantes e shoppings, estabelecimentos lotados desde o período da tarde da sexta-feira, dia 20 de junho.

Tal quadro econômico indica que a economia global do Maior São João do Mundo não depende tanto do tão apregoado fluxo de turistas vindos de longe, sendo que o alto faturamento com o setor é afirmação mais corrente nos discursos governamentais. Porém, tal entendimento não explica outras questões relevantes sobre a economia da grande festa, particularmente no campo em que se imiscui com a ordem política. Por isso a presença de

<sup>3</sup> São João de Campina Grande assegura crescimento no PIB municipal. *Site* oficial do Maior São João do Mundo. Campina Grande, Disponível em: <<http://www.saojoaodecampina.pb.gov.br/geral/imprensa>>. Acesso em: 28 maio. 2009.

vozes que minimizam os enunciados sobre o incremento isonômico da economia campinense durante o mês de junho em decorrência do evento. Ideias que a consideram num caráter de iniciativa de cunho capitalista, visível em seus quadros de desigualdades socioeconômicas, com maiores e pronunciadas vantagens para uma minoria privilegiada em detrimento da maioria.

Em tal linha de entendimento a festa é vista criticamente como um dispêndio inadequado diante de obrigações mais urgentes da administração municipal, a exemplo da melhoria no campo da infraestrutura urbana, saúde, educação e segurança. Logo, novas suspeitas de que a prefeitura gasta com o Maior São João do Mundo além do que realmente deveria, de forma imprudente, ou mesmo injustificável, justamente para atender a propósitos políticos eleitoreiros.

## 5 A FACETA INDUSTRIAL E A IDENTITÁRIA

Geralmente, as celebrações festivas populares desenvolvem rituais significativos na vida das pessoas, como atividade de aproximação social. O lúdico como escape das tensões da vida contemporânea, no dizer de Maffessolli (1998), forma tribos pós-modernas, de indivíduos que, mesmo sem se conhecerem se juntam para celebrar e apreciar espetáculos, simplesmente porque gostam de um mesmo tipo de arte ou estética. Por isso, a fácil efervescência entre os públicos de um grande show de uma famosa banda de Rock, de determinada equipe de futebol, de um bloco de carnaval ou mesmo da grande festa de Campina Grande que recebe turistas dos mais diferentes lugares.

O público, mesmo com representações de “cultura industrializada”, desenvolve o lúdico (jogo) competitivo manifesto pela empolgação ufanista e orgulhosa das pessoas. Mas é algo que se processa na esfera simbólica, já que não há nada no plano concreto e material que institui uma competição para O Maior São João do Mundo ou a cidade de Campina Grande. Contudo, o imaginário e as questões pessoais atreladas às questões de valorização da terra natal, pertencimento e identidade motivam o espírito participativo para as ações de celebração, enlevo e alegria, estas sim materializadas e concretizadas nos atos de dançar, cantar, comer, beber, aplaudir, vibrar, contemplar, namorar, entre os demais atos de comeração possíveis, afinal há uma grande variedade de expressões artísticas e estéticas para serem vivenciadas. Tanto no parâmetro lúdico-festivo, quanta no competitivo, são decididas pelo povo que faz a festa.

Todo jogo significa alguma coisa. Não se explica nada chamando “instinto ao princípio ativo que constitui a essência do jogo; chamar-lhe “espírito” ou “vontade” seria dizer demasiado. Seja qual for a maneira como o considerem, o simples fato de o jogo encerrar um sentido implica a presença de um elemento não material em sua própria essência. (HUIZINGA, 2005, p. 4).

Há muita gente que vem de longe. Turistas de primeira viagem, muitos que voltam sucessivas vezes em face de sua identificação com a festa, além de um grande número de migrantes que trabalham no sul e sudeste do país e aproveitam para gozar suas férias no mês de junho e vir passar o São João “em casa”, na Paraíba, ver a família, matar as saudades de parentes e amigos e curtir O Maior São João do Mundo. Isso valer dizer que o “o homem tribal” da festa vem exatamente em busca daquele lugar específico, com marcas de atratividade turística, identitárias, históricas, memoriais e culturais, e até familiares, de modo que a atração de olhares e a aproximação de corpos carregam juntos os espíritos. Nesse caso a diversão parece se situar num estado puro, atrelada às questões de

pertencimento e identidade inerentes à cultura de origem, daí reafirmarmos a importância de nosso olhar para as questões comportamentais e motivacionais.

As estruturas de reprodução das representações artísticas do Maior São João do Mundo expõem não apenas as enunciações da indústria cultural, mas também um rico e variado complexo de expressões da cultura popular nordestina, as quais, mediante sua força simbólica inerente às questões humanísticas de identificação cultural e pertencimento, possuem grande força para desencadear os processos de participação, inspiradores e estimulantes para os atos festivos. Nesse sentido, a mostra de expressões culturais tradicionais seria uma forma de recuperação de representações que se diluem no tempo, uma oportunidade para o conhecimento de representações antigas tradicionais para quem nunca as viu, o público jovem e turistas que estreiam na festa, por exemplo.

Há uma motivação comum determinante. Todo o município de Campina Grande interage diretamente com as festividades juninas, tanto que podemos afirmar que envolvimento popular no decorrer dos anos acabou formando a cultura sócio-regional comunitária do Maior São João do Mundo que possibilita a percepção de representações de tempos passados e presentes, sabendo do poder de significação de ambos os símbolos, tradicionais e contemporâneos, entendendo, aceitando e até cooptando seus desdobramentos evolutivos, inclusive a parafernália tecnológica e as teias culturais industrializadas.

## 6 O LÚDICO FESTIVO DECIDE

Ao nos propormos a dimensionar o lúdico não poderíamos desconsiderar sua vertente competitiva, o jogo tal qual a concepção de Huizinga (2005), já vista. Entretanto, reafirmamos que o espírito participativo e envolvente do povo, percebido na energia das pessoas e efetiva realização dos diferentes atos inerentes à celebração lúdico-festiva é o fator decisivo para a magnitude da festa.

Os parâmetros estruturais do evento, com altos investimentos financeiros e aparatos tecnológicos superlativos, conforme modelos da “industrialização cultural massiva”, também se aplicam às performances artísticas e estéticas da cultura popular junino-nordestina, que fazem o povo ficar em estado efervescente, mesmo nas representações da indústria cultural, principalmente ao aplaudir entusiasticamente os shows do grande palco do Parque do Povo, da mesma forma que se jubila com “as benesses políticas” que abrem espaços para as manifestações regionais. Daí cantores e bandas do cancionário nordestino também se apresentarem no palco principal, havendo ainda a presença de outros nomes não tão famosos em diversos pontos do Parque do Povo dividido em espaços cenográficos com representações cênicas de temas da cultura nordestina - história, tradições, usos e costumes, representações do cotidiano e do modo de vida tradicional -, as quais se supervalorizam pela interação dos visitantes, demonstrando que a força do espírito lúdico presente corresponde às propostas das enunciações da cultura popular regional, num estágio em que o envolvimento e a diversão parecem situar-se num estado de “pureza cultural”, decorrentes de processos emotivos derivados do imaginário de pertencimento e identidade.

As ocorrências em espaços diferenciados, cada um deles exercendo o papel de “ilha independente” e com cenografia própria e harmônica em função de suas respectivas manifestações artísticas e utilização festiva por parte dos frequentadores contemplam a multiplicidade de representações artístico-estéticas, lúdico-festivas, ético-gastronômicas e socioculturais que, per se, atropelam as questões relativas às políticas de relações de poder e de capital inerentes às necessidades de convívio humano eclético, relacionando os fatos

culturais e as classes sociais (Weber, 2005), de modo que prevalece o forte apelo popular baseado em crenças religiosas e tradições, inclusive no que tange à memória do homem nordestino rural, e os elementos simbólicos de seu modo de vida e motivação espiritual, a justificativa temática da festa.

As montagens cenográficas de casas de fazenda mostram virtualmente, em performances teatrais, o modo de vida rural doméstico, a casa e os móveis rústicos, utensílios domésticos típicos e tradicionais, o fogão à lenha, o pilão à disposição dos visitantes para fazer sua própria paçoca, a casa de farinha funcionando a pleno vapor com mãos ágeis e calejadas, desde a ralação da mandioca até a torra (torrefação na linguagem coloquial nordestina) final, oferecendo o produto puro e original. Os mangaios (conjunto de quinquilharias típicos da roça), pendurados, junto às selas dos cavalos e demais apetrechos imprescindíveis para lida com o gado também estão ali, assim como os próprios vaqueiros, com sua indumentária típica, gibão (casaco) e calças de couro, botas com esporas brilhando e chapéu de cangaceiro, contando suas aventuras. A caatinga, o curral de gado e a capela também têm suas representações. A Vila Nova Rainha, o pequeno povoado que deu origem à Campina Grande também tem sua réplica, com a igrejinha e os casebres que lembram as construções antigas da cidade. Tais imagens, pela sua relevância memorial, induzem o emotivo dos visitantes e a natural interatividade que é reforçada por jogos e brincadeiras típicos, entre eles, a corrida de jegue, o quebra-panelas e o pau-de-sebo.

Quantidades impressionantes de barracas de comida e bebida garantem a exagerada oferta gastronômica com todas as tentadoras iguarias da cozinha nordestina, primando pela oferta de milho assado ou cozido e seus quitutes derivados: bolo, pamonha, canjica. Também há fartura de carne de bode. Cardápios mais globalizados e comuns não são dispensados, assim como a grande e variada oferta etílica, de acordo com os parâmetros comuns de toda grande celebração popular.

Se o enlevo do público, relativo às expressões artísticas já descritas, é impressionante, o que dizer dessa cultura festivo-participativa em relação às manifestações que lideram o ranking da interatividade do público: o forró e as quadrilhas juninas.

Muitas barracas de comidas e bebidas aumentam sua atratividade com áreas suficientes para abrigar pistas de danças para o indispensável forró pé de serra ao som da zabumba, do triângulo e da sanfona com “tocadores ao vivo”.

As “ilhas de forró”, espaços construídos na concepção de arraiais sertanejos, exercem grande poder de atração, inclusive sobre os turistas que, juntamente com os habitantes locais, se esbaldam com o autêntico “pé de serra”. Entretanto, o forró que mais se sobressai é o da Grande Pirâmide, nome alusivo à forma arquitetônica do lugar também conhecido como Forródromo. Ali, nas principais noites da festa, há um espetáculo original em termos literalmente quantitativos, oferecido por uma multidão “forrozando”, em especial o entusiasmo e disposição de muitos dançarinos com coreografias originais e ousadas, alguns deles a fim de mostrar seu admirável talento, muitos dispostos a dançar por muitas horas sem parar.

Outro megaevento, o principal concorrente de O Maior São João do Mundo, a festa similar do período junino, São João de Caruaru, estado de Pernambuco, é oportuno para lembrarmos da análise sobre “jogo competitivo”. No entanto, nosso interesse voltado para a segunda maior festa junina do país (pela lógica publicitária, do mundo, considerando-se que festas de tal tipo somente ocorrem no Brasil) se deve ao interesse por seu slogan promocional, Caruaru, a Capital do Forró. Tal referência é emblemática para avaliarmos como o principal ritmo popular do Nordeste ganha maior relevância ainda no ciclo junino, na condição de ícone cultural das celebrações, sendo certamente o ato musical, artístico e estético que mais se pratica durante as festividades, principalmente na

participação efetiva das pessoas no ato lúdico de dançar. Por isso, ser realmente impressionante o número incomensurável de casais “arrastando o pé” ao mesmo tempo, em toda festa junina popular.

O império do forró fica registrado também numa das maiores atrações do O Maior São João do Mundo fora dos limites do Parque do Povo, no concorrido Trem do Forró, atividade realizada durante o período diurno, quando uma composição ferroviária percorre o trecho de ida e volta entre Campina Grande e seu pequeno distrito de Galante, num passeio turístico em que a principal atividade é dançar forró nos vagões enquanto o trem faz os percursos. Em Galante os passageiros são recebidos por quadrilhas juninas, cujos componentes, no final das apresentações tiram os visitantes para dançar, logicamente, o forró. Com essa descrição comprovamos, novamente, o real envolvimento das comunidades além dos limites espaciais do principal lugar do evento.

Os arraiais do Parque do Povo com a típica e colorida decoração, valorizados ainda por sistemas de iluminação especial, são montados para a apresentação de mais de 400 quadrilhas juninas, não apenas de Campina Grande e de outras cidades da Paraíba, como também de outras cidades do Nordeste, destacando-se o amplo e imponente arraial central, onde é realizado o concurso das principais quadrilhas, aquelas que pela estrutura e organização são selecionadas para competir. A revista *Veja*, ao avaliar o alto grau de criatividade, teatralidade e performances coreográficas dessas quadrilhas, afirmou que “sua sofisticação organizacional chega a se aproximar a de uma escola de samba do Rio de Janeiro”. Os telejornalismos de várias emissoras de televisão já fizeram matérias análogas. A Rede Globo, por exemplo, além de mostrar cenas de quadrilhas em seus principais momentos de performances competitivas em várias reportagens, numa de suas matérias do programa Fantástico valorizou o fato de as quadrilhas serem mantidas por associações, geralmente representando bairros de cidades de maior porte, havendo também, numa escala menor, representantes de municípios de menor porte.



**Figura 1** - O brilho das quadrilhas estilizadas.  
Fonte: Prefeitura Municipal de Campina Grande

Na referida matéria especial, utilizando como exemplo uma das associações de um bairro de Campina Grande, houve destaque para seus aspectos políticos, sociais e culturais intrínsecos, mostrando a determinação, paixão e idealismo dos dirigentes, pelo seu trabalho comunitário e artístico-estético, compartilhado pelos “quadrilheiros” (dançarinos). Daí, as cenas de um grupo, minutos antes de sua apresentação, com o diretor bradando palavras de incentivo, lembrando das responsabilidades de cada um e do grande esforço nos ensaios para conseguir aprontar seu espetáculo. No corte da cena surge o repórter à frente de

componentes da quadrilha, moças e rapazes com expressões sérias e compenetradas, alguns orando, e enuncia:

Próximos de entrar em cena, ninguém desses quadrilheiros consegue disfarçar a emoção. Sabem que a coreografia ensaiada por semanas não pode falhar nesse momento tão aguardado, assim como não podem decepcionar familiares e amigos, a torcida e o grande público, além de agradar os jurados. Nas suas expressões e gestos é nítida que a tensão e concentração não diferenciam das vividas pelos componentes das grandes escolas de samba do Rio de Janeiro nos minutos que antecedem seu desfile na Sapucaí.

O que seriam das grandes festas populares se não fosse a mídia? Colocamos tal indagação para reforçar a questão do lúdico competitivo, o jogo manifesto em simbolismos intensamente sobreposto pelas intervenções midiáticas. Da mesma forma que as enunciações jornalísticas criam ou exacerbam as célebres rivalidades esportivas, a exemplo de Palmeiras e Corinthians, Fla-Flu (Flamengo e Fluminense), Bahia e Vitória, além de muitas outras, promovem também as principais festividades do país. As estatísticas que indicam haver mais de um milhão e meio de participantes no carnaval de Salvador, no Maior São João do Mundo de Campina Grande, no Círio de Nazaré de Belém, mas quantos visitantes virtuais na condição de telespectadores esses eventos recebem, como também as demais grandes festas do país?

Independentemente das entusiastas enunciações jornalísticas registramos que a cada ano as quadrilhas juninas procuram incrementar ainda mais suas apresentações, apesar de haver regras que impõem limites para preservar algumas tradições, tais como a obrigatoriedade de “quadrilheiros” acompanhados de seus respectivos pares, ou seja, dançarino desacompanhado não é permitido, com exceção para o “padre”, sendo que o casal de noivos também não pode faltar, imposição de um número máximo de componentes e de tocadores e cantores ao vivo. Mas no vestuário já foram abolidas os simples e tradicionais vestidos de chita das mulheres, as calças rancheiras e as camisas listradas com remendos e chapéus de palha para os homens, abrindo lugar para um guarda-roupa mais luxuoso e criativo.



**Figura 2** - Familiares e amigos na torcida  
Fonte: Foto da autora

A ousadia e criatividade também se fazem presentes na coreografia e na música, sendo que alguns grupos se apresentam com seu respectivo “fórró enredo”, e já se tornou comum, na parte introdutória da dança, a teatralidade inerente aos temas das quadrilhas, com montagem rápida de cenários portáteis, personagens, bonecos e peças decorativas. Tudo para incrementar e causar maior impacto espetacular.

É bem verdade que a sofisticação e mudanças têm provocados algumas críticas de olhos mais conservadores, de quem afirma que “modernidades em exagero prejudicam o caráter original e tradicionalista das quadrilhas juninas”. Porém, o público, mais uma vez, não se queixa, aplaude, vibra e torce interativa e entusiasmadamente, contribuindo para a empolgação e determinação dos participantes das quadrilhas competitivas, conforme se evidencia na Figura 2.

Entretanto, tal tipo de interatividade não se efetiva apenas no Parque do Povo, mas também entre as populações dos bairros e seus respectivos grupos “quadrilheiros”, inclusive nos arraiais familiares que pululam por todo o município. Fecham as ruas, improvisam seus arraiais com as decorações e cenografias necessárias, tratam da fatura das comidas de milho e das ofertas etílicas e fazem sua festa com espírito participativo e identitário plenamente de acordo com a já referida “cultura participativa de O Maior São João do Mundo”.

#### **THE FESTIVITY OF ST JOHN'S GREATEST WORLD: ANIMATION FOR TOURISTS AND RESIDENTS**

##### **Abstract**

*This article discusses the mega party officially called The Greater Saint John of the World, the most significant popular celebration of June cycle of northeastern Brazil, held annually during the entire month, in the city of Campina Grande, state of Paraíba, directing it a look at their ludic dimension, key aspect to contextualize their expressiveness in the tourism industry event, putting together elements of artistic, aesthetic and technological culture industry, but combining it with the reinvention of tradition, extolling the Northeastern culture and the values inherent in participatory citizenship in the context of sustainable tourism.*

**Keywords:** *Festivity of St. John. Campina Grande. Ludic.*

##### **REFERÊNCIAS**

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massa. In: COSTA, Luiz (Org.) **Teoria da cultura de Massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

AMARAL, Rita de Cássia. **Festa à brasileira**: significados do festejar no país que não é sério. São Paulo: USP, 1998. Tese de Doutorado. Disponível em: <http://www.naya.org.ar/congreso2000/ponencias/RitaAmaral.htm>. Acesso em: 15 ago. 2006.

ALMANDRADE. **O carnaval e a imagem urbana**. Texto sem referência. Salvador.

BAKHTIN, Mikhail M. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**: o contexto de François Rabelais. São Paulo: Hucitec, 1993.

BARRETO, Margarita. **Turismo e legado cultural**. Campinas (SP): Papirus, 2000.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas**: como entrar e sair da modernidade. 4. ed. São Paulo: EDUSP, 2008.

DEBORD, Guy. **Sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 1997.

DE LA TORRE, Oscar P. **El Turismo, fenómeno social**. México: Fondo de Cultura Económica, 1997.

DURKHEIM, Émile. **Formas elementares da vida religiosa**. São Paulo: Edições Paulinas, 1989.

FREUD, Sigmund. **Totem e tabu**. Rio de Janeiro: Imago, 1974.

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2005.

ITANI, Alice. **Festas e calendários**. São Paulo: UNESP, 2003.

LUCENA FILHO, Severino Alves. **A festa junina em Campina Grande – Paraíba: evento gerador de discursos organizacionais no contexto do folkmarketing**. Tese (Doutorado). Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2005.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos**. Rio de Janeiro: Forense, 1998.

\_\_\_\_\_. **A sombra de Dionísio** - Contribuição a uma sociologia da orgia. Rio de Janeiro, Graal, 1985.

MARCUSE, Herbert. **Eros e civilização**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1968.

MORIN, Edgard. **Cultura de Massas no Século XX: volume 1 - neurose**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

\_\_\_\_\_. **Para sair do século 20**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

NÓBREGA, Zulmira Silva. **A festa do maior São João do mundo: dimensões culturais da festa junina na cidade de Campina Grande**. Salvador: UFBA, 2010.

\_\_\_\_\_. Os usos da festa do maior São João do mundo. In: ENCONTRO NACIONAL DE CULTURA, 5., 2009, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2009. 1 CD-ROM.

\_\_\_\_\_. Cultura popular na pós-modernidade. In: ENCONTRO NACIONAL DE CULTURA, 4., 2008, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2008. 1 CD-ROM.

\_\_\_\_\_. Festa para turista, mas do povo: um olhar sobre a cultura lúdico-participativa do maior São João do mundo. In: ENCONTRO NACIONAL DE TURISMO DE BASES LOCAIS, 10., 2007, João Pessoa. **Anais...** João Pessoa: UFPB, 2007. 1 CD-ROM.

RUBIM, Antonio A. Canelas. Espetáculo. In: \_\_\_\_\_ (Org.). **Cultura e atualidade**. Salvador: EDUFBA, 2005a.

\_\_\_\_\_. Marketing Cultural. In: RUBIM, Linda (Org.). **Organização e Produção da Cultura**. Salvador: EDUFBA, 2005b.

RUBIM, Linda. Produção Cultural. In: \_\_\_\_\_ (Org.). **Organização e produção da Cultura**. Salvador: EDUFBA, 2005c.

SANTANA, Agustín. **Antropologia do Turismo: analogias, encontros e relações**. São Paulo: Aleph, 2009.

SEDE (Secretaria de Desenvolvimento Econômico) da PMCG. **São João de Campina Grande assegura crescimento no PIB municipal**. Site oficial do Maior São João do Mundo. Campina

Grande. 27 maio. 2009. Disponível em: <http://www.saojoaodecampina.pb.gov.br/geral/imprensa>. Acesso em: 28 maio. 2009.

URRY, John. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: SESC / Stúdio Nobel, 2001.

VEJA. **Revista Veja**, Edição especial de maio de 2002, p. 46-47.

WAINBERG, Jacques A. **Turismo e comunicação: a indústria da diferença**. São Paulo: Contexto, 2003.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Martin Claret, 2005.

Artigo recebido em 04/06/2012. Aceito para publicação em 10/07/2012.