

Apropriações do folclore pelos meios de comunicação de massa e pelo turismo

O caso concreto do São João de Campina Grande -
Paraíba

Oswaldo Meira Trigueiro *
Universidade Federal da Paraíba

Índice

1	Introdução	1
2	O ciclo junino	3
3	O turismo e o maior São João do mundo	19
4	Algumas considerações finais	22

1 Introdução

Este artigo relata os resultados parciais da pesquisa empírica sobre as imagens midiáticas dos festejos juninos em Campina Grande. O final deste século tem apontado para grandes modificações no que se refere ao consumo cultural da comunicação, dos mercados econômicos e das relações de poder do mundo globalizado. Para compreender as novas formas de celebração das Festas de São João na Paraíba, iniciamos uma pesquisa exploratória/comparativa

*E-mail: osvaldo@openline.com.br

na mídia impressa e nos eventos realizados no Parque do Povo. O objetivo é identificar as estratégias de negociação entre a produção, circulação e recepção dos espaços noticiosos de interesse da indústria cultural na promoção do evento **“O Maior São João do Mundo”** e o resgate dos símbolos tradicionais das festas juninas na Paraíba.

O estudo está centrado nas imagens do ciclo junino publicizadas na mídia paraibana no período de realização da festa nos anos de 1997/98. Para viabilizar a pesquisa foi selecionado o seguinte corpus e amostra: os jornais diários editados em Campina Grande **“Diário da Borborema/DB”**, **“Jornal da Paraíba/JP”** e o informativo - que circula apenas durante os festejos - **“A Brasa”** editado pela Assessoria de Comunicação e Turismo da Prefeitura Municipal de Campina Grande.

Como amostra principal foram selecionados os jornais **“Diário da Borborema/DB”** e **“Jornal da Paraíba/JP”** por serem dois importantes veículos impressos de comunicação, de propriedade de grupos pluri-midiáticos e de influência na opinião da população que habita na região polarizada pela Grande Campina Grande.¹

A cidade de Campina Grande fica a 130 km de João Pessoa a Capital do Estado, a uma altitude de 551 metros, localizada na Serra da Borborema. É o segundo maior centro urbano, econômico e cultural da Paraíba, com população acima de 400 mil habitantes, vem se destacando nos últimos anos pela realização de grandes eventos, entre eles: **“Encontro para Nova Consciência”** (no período do carnaval), **“Festival de Inverno”** (no mês de julho quando a região tem clima bastante agradável), **“Micarande** (carnaval fora de época), **“Feira de Tecnologia (FETEC)”**, **“Festival de Violeiros”** e, no mês de junho, **“O Maior São João do Mundo”** - objeto do nosso estudo - que tem a duração de 30 dias, começando na primeira semana de junho e terminando na primeira

¹Participaram desta etapa da pesquisa os alunos da disciplina Seminário de Atualização em Comunicação do período 98.1: *Adriana Crisanto, Alessandra de Oliveira, José Roberto Júnior, Maria Risomar Silva e Renata Correia Maia.*

semana de julho. Em Campina Grande o turismo de eventos vem sendo incentivado como uma das alternativas para minimizar a crise econômica e a falta de emprego que atinge toda a região.

2 O ciclo junino

No mês de junho, ocorrem as festas mais tradicionais do catolicismo popular em todo o Brasil, especialmente na região nordestina. São os festejos do ciclo junino, em homenagem aos três santos: Santo Antonio, comemorado no dia 13; São João Batista, no dia 24; e São Pedro, no dia 29. A noite de São João é, sem dúvida, a mais festejada.

A celebração dessas festas tem a sua origem na tradição pagã dos povos da Europa, Ásia e África, que festejavam as divindades protetoras da fertilidade e da colheita quando se aproximava a chegada do verão no Hemisfério Norte e que foram transportadas para o calendário católico.²

Não é apenas uma coincidência a data hagiográfica dos festejos juninos. Os antigos rituais agrários, no Velho Mundo, por ocasião do solstício de verão (que ocorre entre os dias 22 e 23 de junho), marcavam o início da colheita dos cereais. A relação do homem com a terra era muito forte e os ritos de fertilidade do plantio também estavam associados à fertilidade humana. Plantar e colher era mais que um ato profano. **Benjamim** afirma: "*A Igreja Católica situou a festa de São João nas proximidades da mudança de estação (solstício de verão) procurando absorver os cultos agrários pagãos. Para a hierarquia da igreja a festa de São João constitui uma antecipação do anúncio do Advento, considerando o papel de João Batista, como precursor de Cristo*"³.

As práticas de antigas hierofanias em homenagem ao sol de verão pelos povos da Europa estão incorporadas aos vários siste-

²TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. Cartilha paraibana: aspectos geo-histórico e folclórico. João Pessoa, Grafset, 1993.

³BENJAMIM, Roberto. Ciclo junino. Recife, Prefeitura da Cidade do Recife, 1987.

mas religiosos da atualidade. Passaram pelos tempos e chegam de formas diferentes, mas conservando suas arcaicas manifestações representadas no nosso folclore.

Os rituais de celebração dos povos antigos da Europa demonstravam o seu amor pelas colheitas, que ocorriam no período do final do inverno e início do verão, o que nós aqui denominamos de "o mês de São João", eram verdadeiras lutas entre as forças do bem contra as do mal.

Neste período os andarilhos do bem (**benandanti**) saíam armados com galhos de erva-doce e alho para enfrentar os feiticeiros e as bruxas, que com suas pragas ameaçavam a colheita de cereais. O desenrolar da batalha entre essas forças simbolizava a passagem do inverno para o verão e caso o *bem* fosse vencido o ano seria de muita fome, doenças e miséria. Quando os **benandanti** venciam a contenda o ano era de fartura. Eram festividades de origem pagã ligadas ao calendário agrário e que ao longo dos tempos foram sendo passadas para o calendário cristão, sendo difundidas em toda a civilização da Europa. Diz **Ginzburg** que: *"O contraste entre combater "por amor das colheitas" e combater "pela fé cristã" é gritante. Nessa religiosidade popular tão compósita, formada por contribuições variadíssimas, tal sincrismo certamente não chega a provocar espanto. Mas somos levados a indagar o porquê dessa cristianização dos ritos agrários praticados pelos benandanti"*. Esses rituais praticados pelos andarilhos do bem (**benandanti**) foram proibidos pela Igreja e os seus praticantes sujeitos ao julgamento da Inquisição.⁴

As festas populares tinham as suas datas agendadas para as comemorações dos ritos pagãos e nem com as pressões do Cristianismo, para acabar esses cultos considerados profanos, foi possível desmotivar o povo em realizar as suas cerimônias aos deuses agrários. Não tendo conseguindo acabar com as tradições dos povos pagãos o Cristianismo, ao longo dos anos apropriou-se dos festejos populares incorporando-os ao seu calendário de

⁴GINZBURG, Carlo. Os Andarilhos do bem: feitiçaria e cultos agrários no século XVI e XVII. São Paulo, Companhia das Letras, 1988.

celebrações religiosas. Como resultado desta apropriação temos em várias partes do mundo as atuais festas do catolicismo popular, entre elas destacam as do Ciclo Junino que comemoram Santo Antonio, São João e São Pedro, que até hoje são celebradas pelos povos ibéricos.

O nossos atuais Festejos Juninos com os novenários, as procissões, crendices, superstições, fogos e fogueiras, danças e folguedos próprios desta época são de origens remotíssimas e aqui chegaram trazidas pelos colonizadores portugueses.

O evento “*O Maior São João do Mundo*”, foi criado em 1983 na administração do então prefeito Ronaldo Cunha Lima e consolidou-se como um dos maiores festejos populares do Nordeste. São 30 dias de festa atraindo milhares de pessoas para Campina Grande.

O centro da festa popular é no Parque do Povo, que recebe nesse período mais de 200 mil pessoas. Na casa de shows *Spazzio* é realizada uma programação com os grandes artistas de sucesso nacional. O *Spazzio*, construído num terreno de 4 hectares, com uma área coberta de 8.400 m, chega a receber mais de 20 mil pessoas num show da cantora paraibana Elba Ramalho.

Com o objetivo de promover a festa junina como uma grande atração turística os governos estadual, municipal e as empresas privadas investem alto na sua promoção ocupando os diversos espaços na mídia.⁵

No Nordeste, as festas juninas estão diretamente vinculadas ao início da colheita do milho. As suas características de origem rural vêm se mantendo apesar da influência que recebem do meio urbano. Com a apropriação pela indústria cultural das tradições populares, as festas juninas ganharam uma nova dimensão e passam por transformações para adequar-se à nova realidade sócio-cultural e aos interesses turísticos.

O culto ao fogo está cada vez mais presente nos festejos juninos, não se limitando apenas às rodas em volta da fogueira, mas

⁵Revista Município em destaque. Ano XVII – N.º 69, João Pessoa-PB – Edição Especial.

aos sofisticados espetáculos pirotécnicos. As adivinhações ganham programas especiais na informática. As comidas de milho encontram-se em supermercados, casas de congelados ou "disk pamonha". As quadrilhas com suas inovações deixam de lado o cenário de matutos desdentados, com roupas remendadas e chapéus de palha rasgados para mostrar luxo e beleza, com coreografias ensaiadas e incorporando novos passos até mesmo de aeróbica. O enredo atualizado da parte dramática de encenação do "casamento matuto" é também uma inovação. Os grupos estão se organizando com mais profissionalismo mobilizando figurinistas, costureiras e coreógrafos que estão transformando as quadrilhas em verdadeiras empresas. Quando termina o carnaval os organizadores dão início à estruturação das quadrilhas com a confecção das roupas, o contrato com os marcadores e tocadores além de realizarem promoções com o objetivo de arrecadar fundos. Durante os 30 dias de festa no Parque do Povo, em 97, participaram 500 quadrilhas com cerca de 3.000 figurantes. (O Parque do Povo é o local onde são instaladas as barracas para venda de comidas e bebidas, banheiros químicos, telefones públicos, vários palcos com estrutura de luz e som num espaço de 43 mil m²).

Também para atender os interesse dos agentes de turismo e os novos espectadores, são criados grupos parafolclóricos que representam as manifestações folclóricas em um tempo/espaço determinado pelo agente contratante.

Mais de 150 mil pessoas acessaram o endereço do São João de Campina Grande na Internet durante os 30 dias de festa em 1997 - <http://www.saojoao.com.br> Em 1998 o acesso poderia ser feito pela Internet através do seguinte endereço: www.forronet.com.br

As tradições dos festejos juninos como: superstições, adivinhações, crenças, agouros, fogueiras, danças e comidas típicas, representam nos seus tempos e espaços, um passado que está no nosso imaginário e que continua sendo representado nos dias atuais.

Em Campina Grande, temos "*O Maior São João do Mundo*" e em Caruaru a "Capital do Forró", onde se degusta "o maior cuscuz

do mundo". As duas cidades, nesta época do ano se enfeitam com elementos característicos do meio rural, cujo objetivo é criar um clima de São João. Por outro lado, os festejos juninos continuam sem os sofisticados preparativos exigidos pela indústria cultural. O São João do "pé de serra", do "forrobodó" nas periferias dos centros urbanos e áreas rurais polarizadas por Campina Grande continua sendo organizado espontaneamente pela comunidade.

Campina Grande e Caruaru neste período enfrentam uma saudável disputa pelo forró e quem sai ganhando são os habitantes a região e os turistas que têm a oportunidade de viver 30 dias de muita festa com muita música, dança, comidas, bebidas e muitas outras diversões.

A disputa entre Campina Grande e Caruaru é demonstrada através dos números e da infra-estrutura que tem como objetivo atrair maior público para cada cidade.

Campina Grande	Caruaru
Público: 400 mil	350 mil
Investimento: R\$ 1 milhão	R\$ 1 milhão
Horas de eventos: 385 h	442 h
Parque de Eventos: 42 mil m ²	49.500m ²
Iluminação: 5 torres com 16 refletores de mil watts	4 torres com 24 refletores de mil watts
Locais de animação: 03	03
Restaurantes: 11	08
Bares: 16	26
Barracas: 400	282
Leitos de hotéis: 1.200	969
Leitos de motéis: 400	429
Hospedagem alternativa: 500 casas	500 casas

Fonte: Jornal - O Norte, 24/Jun/97

Continuar não distinguindo o tradicional do antigo e modernidade do que é atual, é querer parar o tempo. Modernidade não significa atualidade e nem antiguidade significa necessariamente tradição. *"Antiguidade e actualidade designam recortes cronológicos no desenrolar da história humana, ao passo que tradição e modernidade designam representações do mundo que encontramos em qualquer época histórica."*⁶

O importante é o acompanhamento da evolução dos fatos culturais sem perder o rumo da história e das novas tecnologias. A indústria cultural constrói suas bases estruturadas naquilo que chamamos de "está na alma do povo", no mundo dualista do trabalho e do não trabalho, do profano e do sagrado e dos ritos de passagem. Os povos antigos, antes da cristianização festejavam a passagem dos quatro tempos do mundo com rituais em que o profano se misturava com o sagrado. As práticas ao culto do fogo, as superstições, crenças e tantas outras manifestações ligadas ao calendário agrário tinham no solstício (23 de junho) e no equinócio (23 de setembro) datas importantes para a compreensão do mundo e suas relações com as divindades protetoras da fertilidade da terra e dos homens. Atualmente, com a difusão do cristianismo temos estas relações estabelecidas com o nosso Ser soberano.

O ciclo junino se caracteriza pelas danças e músicas, comidas típicas da época, os coloridos dos balões e bandeirolas, pela demonstração de fé aos três santos e pela participação dos jovens. Neste aspecto é importante ressaltar que os festejos juninos proporcionam encontros entre os adolescentes e jovens cuja participação nos festejos não seria uma reminiscência dos antigos ritos de fertilidade humana, que estavam associados aos ritos de fertilidade da terra.

A Mídia trabalha muito bem com todas essas variantes, ressaltando os símbolos tradicionais do ciclo junino assim como: *fogueira, fogo, fogos de artifício, forró, balões, quadrilhas, xotes,*

⁶RODRIGUES, Adriano Duarte. Comunicação e Cultura: a experiência cultural na era da informação. Editorial Presença, Lisboa, 1993.

roupas, comidas e bebidas típicas da época etc. (Vide UJ-1, UJ-2, UJ-3, Uj -4, UJ- 5).⁷

Mas, a mídia também promove os grandes eventos com os seus aparatos tecnológicos tão necessários para a realização de espetáculos, as inovações com forte apelo de consumo dos bens culturais produzidos e veiculados pela indústria cultural. (Vide UJ-6, Uj-7, UJ-9, UJ-10, UJ-11, UJ-21).

No Parque do Povo, que no período da festa junina se transforma em um grande arraial, é reproduzida uma cidade cenográfica com características de interior, um local geograficamente adequado para criar um clima de festa junina.

A Mídia tem uma rua específica – **Rua da Imprensa** - com estrutura para as transmissões ao vivo das redes de TV e rádio, além de computadores, fax e telefones oferecendo as melhores condições de trabalho aos profissionais de imprensa. (Vide Uj-12, Uj-14, Uj-15, Uj-16, Uj-17, UJ-18, Uj-19, UJ 20).^(T)

“**O Maior São João do Mundo**” é de fundamental importância para uma melhor análise desse fenômeno cultural. Não basta fazer críticas, é necessário estudar e avaliar os resultados. No Parque do Povo se dança o forró tradicional, o forró-pé-de-serra, lambada e música baiana.

*“A Paraíba, está em pleno clima junino. Desde o chamado forró de pé de serra até forró lambadeado, há de tudo nos arraiais e casas de shows paraibano. Campina Grande ostenta o bastão de “Maior São João do Mundo”, enquanto Cajazeiras promete realizar o Melhor São João da Paraíba.(...) Elba Ramalho, Banda Eva, Fagner, Chiclete com Banana, Banda Mix e Edmar Miguel são algumas das atrações que estarão animando os festejos juninos da Paraíba ”*⁸

A sociedade atual vive momentos de grandes reformulações, de desenvolvimento de um novo mercado de consumo de bens culturais, da ampliação das áreas de alcance da mídia e conse-

⁷UJ – Unidade Jornalística – trata-se de uma parte criteriosamente selecionada da publicação jornalista do interesse temático da investigação.

⁸Agenda/A União, 23/06/95

quentemente dessa onda modernizadora que chega também aos produtores das culturas populares.

*“A evolução das festas tradicionais, da produção e venda de artesanato revela que essa não é mais tarefa exclusiva dos grupos étnicos, nem sequer de setores camponeses mais amplos, nem mesmo da oligarquia agrária; intervêm também em sua organização os ministérios de cultura e de comércio, as fundações privadas, as empresas de bebidas, as rádios e a televisão.”*⁹

A organização, promoção e patrocínio do **“Maior São João do Mundo”** envolve os interesses do mercado de bebidas, da popularidade dos políticos e da guerra pela audiência das emissoras de rádio e televisão. A transformação das festas tradicionais em grandes eventos é um fenômeno mundial para atender às estratégias de políticas culturais voltadas para o fomento do turismo, geração de emprego e criação de novos hábitos de consumo. (Vide UJ -10, UJ -12)

Vivemos num mundo de coexistência entre as culturas tradicionais e modernas. A modernização não vem para acabar com o folclore e a cultura popular por ser até mesmo uma de suas estratégias. A incorporação de bens simbólicos modernos nas festas tradicionais não elimina a cultura folk mas, a transforma e insere no mercado de consumo dos meios de comunicação de massa e do turismo.

Ficha Técnica do Jornal da Paraíba - JB

Editora Jornal da Paraíba S/A

Fundado em 5 de setembro de 1971

Periodicidade diária (menos à segunda-feira)

Impresso em off-set

Formato: 46 cm de altura por 33 cm de largura

Área de maior circulação: região polarizada por Campina Grande

Endereço: Rua Major Juvino do Ó, 81

Campina Grande – Brasil

⁹CANCLINI, Garcia Néstor. Culturas híbridas. São Paulo. Editora USP, 97 p. 220

Exemplares selecionados para análise: 20 a 29 de junho de 1997.

No Caderno Cidade, página 3, o **JP** dedica um espaço destinado às notícias do evento com o título de chamada “**O Maior São João do Mundo**”, nas edições dos dias 20, 21 e 24 de junho, relatando os principais acontecimentos do dia anterior e a programação do dia. É um espaço de três colunas de 6 cm por 29 de altura com uma média de 87 cm por edição um total aproximado de 261 cm destinado exclusivamente à promoção dos festejos juninos.

Nas edições dos dias 22 (domingo) e 24 (terça-feira) quando a festa atinge o seu ponto alto, o **JP** ocupa vários espaços para a promoção do evento: jornalismo com 42,30% no domingo, 58,59% na terça-feira, são notícias que ocupam os espaços na coluna social, página cultural, caderno cidade e especial. Outro destaque é para a publicidade 53,64% na edição do domingo e 41,41% na edição da terça-feira dia 24, dia de São João. O jornal dedicou neste período uma área de 2.358,20 cm/col. para publicidade, correspondendo a 54,24% e ao jornalismo 1.953,30 cm/col., o que equivale a 44,93%.

Obs:

O JP não circulou no dia 25 e publicou na primeira página a seguinte nota: “*Aos leitores. Por conta do feriado de São João, redação e oficinas do JORNAL DA PARAÍBA não funcionam nesta Terça-feira, razão pela qual o JP só volta às bancas na próxima quinta-feira.*”

Primeira Página do JP

O jornal destaca em sua primeira página as notícias do “**Maior São João do Mundo**”, como está demonstrado abaixo nas Unidades Jornalísticas/UJ de um ao sete.

Unidades Jornalísticas (UJ)

UJ 1 - Terceira idade

“Diversas comidas extraídas do milho verde e muita música nordestina foram a tônica, ontem à tarde, da festa junina promovida pelo Programa Conviver, da Secretaria de Trabalho e Ação Social, para entretenimento das pessoas que compõem oito grupos da terceira idade. O cardápio variado e o forró deram aos idosos a alegria que contagiou a todos que se encontravam na União Campinense de Equipes Sociais (Uces).” (JP, 20/06/97, 1ª página)

UJ 2 – Campina faz um “arrastão” de alegria

“O *Maior São João do Mundo* deve ‘pegar fogo’ a partir de hoje, com a promoção das 15 horas ininterruptas de autêntico forró no Parque do Povo, além dos eventos paralelos nas casas de shows, clubes etc. Amanhã, o dia começa com o ‘forró na feira’, programação que será esquentada à base de um caldinho de mocotó, no bairro da Prata. O Trem Ferroviário, em sua segunda viagem às Pedras de Itacoatiaras, no município de Ingá, é outro programa para entretenimento dos forrozeiros. Mas os turistas e campinenses ainda terão uma outra opção de lazer: as corridas de ‘jegue’ e da ‘fogueira’. A tarde deste Domingo será revestida com uma inovação dos organizadores do *Maior São João do Mundo*: o quadrilhão que deverá reunir mais de três mil integrantes embalados ao som da Orquestra Sanfônica.” (JP, 21/06/97, 1ª pág.)

UJ 3 – Corrida da fogueira e do jegue são atrações

“Numa promoção da Secretaria de Educação, Cultura e Desporto, será realizada neste Domingo, no Parque da Criança, as tradicionais XVIII Corrida da Fogueira e a X Corrida do Jegue, eventos que fazem parte dos festejos juninos de Campina Grande, que entraram no seu maior pique desde ontem.(...)” (JP, 22/06/97, 1ª pág.)

UJ 4 – Quadrilha arrasta multidão

“Cinquenta e nove agremiações juninas participaram no último Domingo à tarde do ‘quadrilhão’ promovido pelo Departamento de Cultura da Secretaria de Educação do município, às

margens do Açude Velho. O evento de acordo com os organizadores, foi revestido de êxito, e atraiu milhares de pessoas à avenida Severino Cruz. ‘O maior arraial do mundo’ se deslocou no passo do túnel – até o Parque do Povo, epicentro da festa campinense, aonde uma multidão aguardava ansiosa pelo ‘quadrilhão’ que fez apresentação pela primeira vez, dentro da programação do *Maiores São João do Mundo*.” (JP, 24/06/96, 1ª pág.)

UJ 5 – Cearense ganha o bi na Corrida da Fogueira

“Um excelente público esteve presente no último Domingo no Parque da Criança para presenciar a realização das tradicionais XVIII Corrida da Fogueira e X Corrida do Jegue. (...) O Cearense Joacil Pereira Falcão campeão do ano passado, confirmou seu favoritismo liderando a prova de ponta a ponta e sagrando-se bicampeão com tempo de 22’ 18, quebrando o recorde anterior de 32’ 18.” (JP, 24/06/97, 1ª pág.)

UJ 6 - Fim de festa

“Chegam ao seu término hoje os 30 dias do *Maiores São João do Mundo*, que reuniu em Campina Grande milhares de pessoas num verdadeiro arraial de música junina e muita alegria. Várias atrações desfilaram pelos palcos do Parque do Povo. Neste Domingo não será diferente e a festa terá Zé Ramalho, Os Três do Nordeste, Coroné Grilo, Capilé e banda Mexe Ville, entre outros artistas. Além dos festejos no Parque do Povo, os amantes do forró ainda contarão na manhã de hoje com o “Trem Ferroviário” que fará sua última viagem – nesta edição do *Maiores São João do Mundo* – para o município de Ingá.” (JP, 29/07/97, 1ª pág.)

UJ 7 – Programação com 15h de forró

“O *Maiores São João do Mundo* atinge seu ponto alto a partir deste final de semana, quando a cidade recebe um número expressivo de turistas e intensifica-se a frequência ao Parque do Povo, casas de shows, clubes, enfim, onde houver um “sanfoneiro com certeza tem forró”. (...) E haja fôlego. É assim que os organizados-

res do *Maior São João do Mundo* estão encarando a programação de hoje e amanhã. Serão 15 horas ininterruptas do mais autêntico forró (...). (JP, 21/06/97, C/Cidade, pág. 3)

Ficha Técnica do Diário da Borborema –DB

S/A Diário da Borborema

Fundado em 2 de outubro de 1957

Periodicidade diária (menos na segunda-feira)

Impressão em off-set

Formato de 54 cm de altura por 33 cm de largura

Endereço: Rua Venâncio Nevia, 198

Campina Grande – Brasil

O que deu no DB:

UJ 8 – Recifenses e pessoenses invadirão Cidade Rainha

“Apesar da rivalidade que impera entre Paraíba e Pernambuco na disputa pela realização da melhor festa junina, pernambucanos e paraibanos se reunirão amanhã durante todo o dia para participar do “*Maior São João do Mundo*, em Campina Grande. (...) A Forrozada acontecerá amanhã e segunda-feira, véspera de São João, devendo trazer cerca de mil forrozeiros ao município. (...) O **DB** apresenta para você, forrozeiro esperto, o roteiro completo das quadrilhas que se apresentarão na cidade hoje. Confira a programação: A partir das 16h tem apresentação de quadrilhas na Praça da Bandeira e no Aeroporto João Suassuna, enquanto que às 15h haverá apresentação no Terminal Rodoviário Argemiro de Figueiredo e na Rua José Marques Ferreira, nas Malvinas, onde dançará a quadrilha Arraial do CAIC.” (DB, 20/06/97)

UJ 9 – Feras dos 8 baixos se reúnem no QG do Forró

“O *Maior São João do Mundo* servirá de palco hoje para um evento inédito em sua trajetória de quase 15 anos: um encontro de oito baixos, que reunirá logo mais à noite, a partir das 21h, no palco superior Rosil Cavalcanti, cinco grandes atrações. Sob o comendo de Renato Borghetti, um dos mais famosos tocadores

de oito baixos do país, estarão reunidos Geraldo Correia, Zé Calixto, Abdias de Novo e Luizinho Calixto. A festa – uma curiosa reverência ao maior de todos os sanfoneiros, Luiz Lula Gonzaga, o Rei do Baião.” (DB, 20/06/97)

UJ 10 – São João faz consumo de cerveja crescer 40%

“As vendas de cerveja durante o “*Maior São João do Mundo*” em Campina Grande, aumentaram sobremaneira neste ano em relação ao ano passado, apesar do clima relativamente frio característico dessa época. Segundo o gerente da distribuidora Antártica em Campina Grande, Fernando Madruga, o aumento das vendas neste ano, só no Parque do Povo até a semana passada, foi de 28% em relação à mesma época do ano passado. Ele prevê que até o encerramento das festividades juninas na cidade, esse índice aumente para 40%, numa demonstração da pujança e da repercussão do evento. As previsões de consumo da cerveja Brahma são as que até o final do “*Maior São João do Mundo*”, cerca de 20 mil dúzias de cerveja sejam vendidas, isso só no Parque do Povo. (...) A Kaiser tem previsões para vender esse mês no Parque do Povo 5 mil caixas de cerveja, segundo Afrânio Gonçalves gerente de vendas da Coca-Cola aqui em Campina Grande, houve um aumento considerável nas vendas esse ano de 30% em relação às vendas da Kaiser no ano passado. (...)” (DB, 24/06/97)

UJ 11 – Forrozeiro pega sol com a mão no Parque

“Os campinenses amanheceram ontem no Parque do povo, aproveitando os últimos instantes do *Maior São João do Mundo*. O evento, de acordo com seus organizadores, bateu recorde de público e terminou com 100 por cento de aprovação. Zé Ramalho foi a principal atração da noite de encerramento dos festejos juninos de Campina e levou uma multidão ao QG do Forró. A festa foi encerrada por volta das 7h, com show do grupo Os 3 do Nordeste. Após as 8h, foi iniciado o trabalho de desmontagem das barracas e retirada da decoração. Houve quem não resistisse ao cansaço e

adormecesse em pleno Parque do Povo.” (DB, 01/06/97)

Ficha Técnica do Informativo “A Brasa”

No período da festa junina circula diariamente um informativo dos Departamentos de Turismo e de Comunicação da Prefeitura Municipal de Campina Grande - “**A Brasa**” que é distribuído gratuitamente com os frequentadores do Parque do Povo e tem o formato A4 impresso frente e verso.

O que deu na Brasa:

UJ 12

“O Sr. Prefeito Cássio Cunha Lima visitará todas as casinhas da Rua da Imprensa com o governador José Maranhão após a solenidade de abertura. (...) As emissoras que desejarem transmitir a solenidade do palco em conexão com a Rádio Junina sintonizem na FM 107.3. Quaisquer dúvidas procurar Renato ou Saul no DECOM” (A Brasa, N° 001 – 30/05/97)

UJ 13 – 70 mil pessoas

“Mesmo com a fina chuva que caiu durante parte da noite, estima-se que 70 mil pessoas estiveram presentes ao Parque do Povo, assistindo o prefeito Cássio Cunha Lima, ao lado do senador Ronaldo Cunha Lima, do governador José Maranhão, deputado federal Ivandro Cunha Lima, senador Ney Suassuna, abrir o “*Maior São João do Mundo*.” (A Brasa, N° 002-31/06/97)

UJ 14 – Rádio Junina

“A Rádio Junina continua disponibilizando a transmissão do palco para as emissoras que desejem. Falar no stand do DECOM com Antonio Nunes, Renato Barros ou Magdônia Alves.” (A Brasa, N° 003-01/06/97)

UJ 15 – Cobertura da imprensa

“A imprensa de Campina Grande e de João Pessoa, vêm dando excepcional cobertura ao São João, o mesmo acontecendo com as

redes de TV. Diversos órgãos regionais como o Jornal do Comércio, Diário de Pernambuco, Diário de natal e outros da imprensa de outros Estados como o Correio Brasiliense, o Estado de São Paulo, revista Isto É, (que hoje esteve em campina entrevistando Cássio) solicitaram textos e fotos ao DECOM.” (A Brasa, Nº 004-02/06/97)

UJ 16 – Veículos de comunicação de campina aderiram 100% à rua da imprensa

“Todos os veículos de Comunicação Social de Campina Grande, sem exceção, aderiram à Rua da Imprensa, montada pela Prefeitura, como uma das novidades de São João/97 e como uma forma de proporcionar aos profissionais melhores condições de trabalho, além da integração de jornalista e veículos. Com a inauguração dos stands da Campina FM e da Rede Paraíba de Televisão/Jornal da Paraíba até a próxima sexta-feira, a adesão ao Projeto é da ordem de 100%. Diários e Emissoras Associados os primeiros a aderirem à idéia – Com a TV Borborema, rádio Borborema, Diário da Borborema e Rádio Cariri vêm realizando uma cobertura diária do evento, o que também acontece com a Rádio Caturité, CBN, Panorâmica, FM Correio e, a partir de sexta-feira da Campina FM, juntamente com a Rede Paraíba, embora as duas emissoras venham transmitindo diversos flashes da festa numa cobertura global do “*Maior São João do Mundo*”, considerando todas as emissoras e jornais. O Jornal A UNIÃO vem atendendo seus visitantes desde a inauguração da Rua da Imprensa e a Rádio Tabajara iniciará transmissões nos próximos dias, embora já transmita “*flashes*” diretamente do Parque do povo. A Rádio Junina instalada no stand do DECOM, transmite o eventos e sonoriza a festa.” (A Brasa, Nº 006-04/06/97)

UJ 17 – O Estadão

“O jornal O Estado de São Paulo dedicou generoso espaço ao *Maior São João do Mundo*, no caderno de Turismo desta terça-feira. A matéria teve como fonte o Departamento de Comuni-

cação da Prefeitura. O “Estadão” coloca nossa festa junina como uma ótima opção de viagem para turistas de todo país que, com certeza, virão prestigiar nosso evento.” (A Brasa, Nº 012- 10/ 06/ 97)

UJ 18 – Diretor do vídeo show está no Parque do Povo

“O diretor do Programa Vídeo Show, Akbar Meirele, acompanhado da esposa e do empresário Alexandre Bonfim, encontra-se neste momento visitando o Parque do Povo. No próximo final de semana, a equipe do Vídeo Show estará fazendo gravação para apresentação nos próximos programas.” (A Brasa, Nº 017-14/06/97)

UJ 19 – Prefeitura e Rede Paraíba promovem o 1º Festival Regional de Quadrilhas Matutas

“O ponto alto das festividades do Maior São do Mundo, na noite de hoje, é a realização da primeira eliminatória do Festival Regional de Quadrilhas Matutas, numa promoção da Prefeitura Municipal, Secretaria de Educação e Desportos, Departamento de Cultura e TV Paraíba.” (A Brasa, Nº 019-15/06/97)

UJ 20 – Cobertura

“No sábado e domingo estarão em Campina Grande, para cobertura do *Maior São João do Mundo*, equipes da Rede Globo de Televisão, dos programas Fantástico, Vídeo Show e Domingo do Faustão. Os atores Eduardo Galvão, Paulo César Grande e Mônica Carvalho, também, prestigiarão a festa. No Sábado, também acontecerá o concurso da melhor barraca do parque do Povo. Entre os critérios de escolha estão: decoração, comida típica, vestuário dos garçons e outros detalhes.” (A Brasa, Nº 022-19/06/97)

UJ 21 – TV Globo, Jornal do Brasil, Revista Ele e Ela e Revista contigo estão em Campina

“Além dos artistas da Globo, encontra-se em Campina Grande

os jornalistas André Duarte, da revista Ele e Ela, Luís Edmundo, do Jornal do Brasil e Vera Saspre, da Revista Contigo, todos com fotógrafos. Da TV Globo estão equipes do Faustão, Vídeo Show e Fantástico. Castrinho, da equipe do Faustão chegou ontem e Maurício Kubrusly, do Fantástico, hoje à tarde.” (**A Brasa, Nº 024-21/06/97**)

UJ 22 – Daniela Mercury apresenta “Feijão com Arroz” no Spazio

“O show que Daniela Mercury apresenta véspera de São João, segunda-feira em Campina Grande, “Feijão com Arroz” busca inspiração num dos mais populares símbolos do Brasil e teve estréia em São Paulo. Foi elogiadíssimo pela crítica especializada. É uma mistura de simplicidade e sofisticação que tem como fonte a música de rua identificada com as raízes brasileiras. (...)” (**JP, 21/06/97 Segundo Caderno**)

Em **98** o evento foi notícia nos principais veículos de comunicação da região e do Brasil destacando-se: *Jornal da Cidade de Aracaju-SE/abril*; *O Estado do Paraná-PA/maio*; *A Tarde de São Paulo-SP/maio*; *Tribuna da Bahia-BA/maio*; *Tribuna de Gaurulhos-SP/maio*; *Rádio CBN (vários flashes)*; *Rádio Bandeirantes de São Paulo(vários flashes ao vivo)*; *Revista Veja/junho*; *Notícias Populares-SP/junho*; *O Povo-CE/junho*; *Correio Brasiliense - DF/maio*; *Revista Capricho/junho*; *Revista Ícaro/agosto*; *Folha de São Paulo-SP/junho*; *O Liberal-BE/junho*; *Diário de Pernambuco-PE/junho*; *TV Globo (flash ao vivo no Domingo do Faustão)junho*; *Globo Sat (reportagem especial no programa Festas Brasileiras) julho*; *TV Globo (programa Vídeo Show)*.¹⁰

3 O turismo e o maior São João do mundo

A indústria que mais cresce no mundo é a do turismo que movimentou milhões de dólares por ano e aumenta cada vez mais o seu faturamento. Em 1996, o faturamento foi de US\$ 3.6 trilhões ,

¹⁰Fonte: A Brasa-Decom/Secor/PMCG-nº30.

correspondendo a 10,7% do Produto Bruto Mundial e a estimativa para a virada do século, é de aproximadamente U\$ 7 trilhões. Em 1996 o crescimento foi de 3,8% em relação a 1995.

O Brasil recebeu em 1996 cerca de 2,3 milhões de turistas, o equivalente a 0.4% do total das viagens internacionais. Movimentou em 1995 cerca de U\$ 45 bilhões, correspondente a 7.8% do Produto Interno Bruto. A França recebeu 61,5 milhões; a Espanha 41,4; os Estados Unidos 46,3 milhões com faturamento acima de U\$ 80 bilhões.

A fatia que cabe ao Brasil é de apenas 0.6% do total mundial de divisas geradas pelo turismo. É um país com grande potencialidade turística, rico em bens culturais e naturais, está estrategicamente bem localizado no Continente Americano em relação a Europa e com vocação para ser um bom destino turístico.

A indústria do turismo gerou em 1996 cerca de 250 milhões de novos empregos e a previsão é de 385 milhões para o ano de 2006. Serão 100 mil novos empregos criados nas próximas décadas.¹¹

No Brasil, em 1995, cerca de 6 milhões de pessoas trabalharam na atividade turística, uma equivalência de 1 para cada 11 empregos está ligado ao segmento turístico.

Na Paraíba o turismo vem contabilizando, nos últimos anos, um crescimento médio de 4,3%. O Estado tem diversos pontos de atração turística nas suas várias regiões. O turismo, o lazer e os eventos culturais são atividades que mais têm gerado empregos e renda no mundo. É visando este novo mercado de consumo que Campina Grande vem se organizando como um centro de turismo na realização de eventos/negócios, de cultura e o “*Maior São João do Mundo*” é um deles.

Para implantar um projeto integrado de cultura, lazer e turismo é necessário que as administrações municipais desenvolvam ações conjuntas na produção e difusão cultural, ofereçam uma melhor qualidade de vida aos seus habitantes, educação, saúde, moradia,

¹¹Rede Globo Superintendência Comercial. Turismo e Ecologia no Brasil, 1998.

segurança, transporte coletivo, depósito adequado e coleta de lixo, tratamento de esgoto etc.

A qualidade de vida dos habitantes de uma localidade que deseja ser destino turístico vai refletir, seguramente, nos resultados desejados.

Para conhecer melhor o perfil do público que participou do São João de 1998, a Prefeitura de Campina Grande, através do Departamento de Comunicação Social e da Coordenação de Turismo encomendou um pesquisa de opinião à empresa *Vox Gentium*¹²,

Mesmo com a cobertura da mídia local, regional e nacional, do apoio da EMBRATUR, Ministério da Cultura, Banco do Nordeste, das grandes empresas de bebidas, de entretenimento e os 15 anos de realização o “*Maior São João do Mundo*”, é um evento voltado ainda para um público regional. Vejamos alguns dados da pesquisa realizada pela *Vox Gentium*: 70,5% da pessoas que participaram do evento são residentes em Campina Grande, 11,4% em João Pessoa, 4,7% em Recife, 4,0% em outras cidades do estado da Paraíba, 1,0% em outras cidades do estado de Pernambuco, 1,7% no estado do Rio Grande do Norte, 0,7% no estado de Alagoas, 2,0% no estado da Bahia, 4,3% em outros estados da federação e 0,3% em outros países

Outro dado que caracteriza o evento como regional é o meio de transporte utilizado pelos turistas para chegar até Campina Grande, 59,1% viajaram de automóvel, 32,9% de ônibus e apenas 8,0% de avião

A maioria dos visitantes se hospeda em casas de parentes e amigos 84,1%, 9,1% em apartamentos alugados, 3,4% em hotéis e 3,4% em hospedarias alternativas. Segundo informações da assessoria do DECOM, nos dias 23 e 24 os hotéis de Campina Grande estiveram com as reservas esgotadas.

¹²Vox Gentium Pesquisas Sociais Ltda. Realizou uma pesquisa no Parque do Povo, no dia 24 de junho de 1998. Entrevistou 298 (mostra probabilística) pessoas maiores de 16 anos, sendo 171 do sexo masculino e 127 do sexo feminino.

Outro dado que demonstra a característica regional do *Maior São João do Mundo* é a forma como os visitantes tomaram conhecimento do evento, 52,9% através de amigos e parentes, 44,0% do rádio/TV e 16,0% pelos jornais/revistas.

O que falta para o brasileiro conhecer o Brasil? Um Brasil do Sul, diferente de um Brasil do Nordeste, que é diferente do Sudeste, do Centro Oeste e do Norte. São brasis com suas diversidades culturais e naturais que adequadamente exploradas serão potencialmente atrações turísticas. Está faltando decisão política e melhores definições de estratégias para o desenvolvimento do turismo interno e externo.

Campina Grande está buscando caminhos para implementar este mercado emergente de consumo cultural e turístico. Mas só fazer festa não é o suficiente, o amadorismo não tem mais lugar na atividade turística é necessário investir na capacidade profissional, em novas tecnologias e estrutura de recepção.

4 Algumas considerações finais

A cultura brasileira deve ser investigada, para compreendê-la não como uma cultura homogênea, mas sua diversidade, sua riqueza de variações, os processos de múltiplas interações e oposições no tempo e no espaço. O Brasil da atualidade é o resultado da mistura das culturas ibéricas e indígenas que se encontraram com as africanas e mais recentemente com as diversas culturas dos imigrantes poloneses, alemães, italianos, japoneses entre outros. Hoje, em cada região do país é encontrada uma cultura própria, de característica plural e de referência local.

O São João é comemorado em todo o Brasil, mas é no Nordeste que o Ciclo Junino se destaca como uma das festas populares mais importantes da região.

O “*Maior São João do Mundo*,” que Campina Grande realiza todos os anos no mês de junho, possibilita ao pesquisador da cultura brasileira observar no mesmo tempo e espaço a cultura da mídia, a cultura popular e a cultura erudita. Este pro-

jeto está vinculado a uma pesquisa de maior amplitude: “Globalização da Cultura: folclore e identidade regional”, que tem o objetivo de conhecer as novas relações dos produtores da cultura folclórica/popular com a cultura dos mídias e os negócios do turismo, preferencialmente na Paraíba. Trata-se de um estudo de recepção da cultura dos mídias pelos produtores da cultura popular/folk, que tem como marco teórico a Folkcomunicação e os estudos recentes latino-americanos de recepção.

*“Em outras palavras, a folkcomunicação é, por natureza e estrutura, um processo artesanal e horizontal, semelhante em essência aos tipos de comunicação interpessoal já que suas mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência, por sua vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador, ainda que dispersa.”*¹³

O projeto possibilitará a formatação de uma base de dados sobre identidade cultural nordestina e em especial paraibana, a partir das análises significativas e representativas das manifestações da cultura popular/folk, sua apropriação ou reinterpretação pelos grandes grupos de comunicação pluri-midiáticos para difusão do entretenimento, consumo dos seus produtos e incentivo ao turismo na era da globalização.

É fundamental para a compreensão dessas novas relações entre a cultura regional e local com o mundo globalizado o desenvolvimento de pesquisas empíricas, etnográficas e de recepção dos mídias pelos produtores e consumidores da cultura popular. Mais importante do que apenas discursar sobre a cultura global em “detrimento” da cultura regional ou local é investigar o que está ocorrendo por trás desses novos fenômenos, as suas novas articulações ou suas cumplicidades entre o moderno e tradicional.

¹³BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados. São Paulo. Cortez, 1980.