



**VILA EM FESTA OU FESTA NA VILA? TURISMO E RESSIGNIFICAÇÃO DOS  
FESTEJOS JUNINOS NO BREJO PARAIBANO**

***Village party or party at the village? Tourism and resignification of June  
festivities in the Paraíba's countryside***

Josilene Ribeiro de Oliveira

Doutora em sociologia pela Universidade Federal de Pernambuco e  
professora adjunta pela Universidade Federal da Paraíba.

E-mail: [josilene.ribeiro@academico.ufpb.br](mailto:josilene.ribeiro@academico.ufpb.br)

**Áltera**, João Pessoa, v.1, n.12, p. 184-208, jan./jun. 2021

ISSN 2447-9837

### **RESUMO:**

Este artigo discute a atuação e as estratégias dos “empreendedores do turismo” na produção e transformação das festas juninas locais em um produto turístico da cidade de Areia, na Paraíba. Baseado em um estudo de natureza qualitativa, metodologicamente suportado por dados etnográficos, provenientes da observação, de conversações informais e de entrevistas, a ênfase está nas atividades lúdico-religiosas realizadas na comunidade rural Chã de Jardim. Coteja também revisão bibliográfica específica, pondo em relevo a teoria da performance como abordagem capaz de oferecer uma alternativa à interpretação dicotômica que associa as mudanças culturais decorrentes da atividade turística à aculturação e à perda da autenticidade das comunidades receptoras. Os resultados sugerem que, tal qual a memória se reconstrói no presente e em função deste, as mudanças na forma de viver e celebrar as festas juninas parecem revelar um movimento contínuo de ressignificação das práticas socioculturais tradicionalmente estabelecidas para se adequar às necessidades do presente.

### **PALAVRAS-CHAVE:**

Festas populares. Turismo. Performatividade na cultura. Comunidade Chã de Jardim/PB.

### **ABSTRACT:**

This paper discusses the performance and strategies of “tourism entrepreneurs” in the production and transformation of local June festivities into a tourist product in the city of Areia, Paraíba. Based on a qualitative study, methodologically supported by ethnographic data from observation, informal conversations and interviews, the emphasis is on the ludic-religious activities performed in the rural community Chã de Jardim. It also includes a specific bibliographical review, highlighting the performance theory as an approach capable of offering an alternative to the dichotomous interpretation that associates cultural changes resulting from tourism to acculturation and the loss of authenticity of the receiving communities. The results suggest that, in the same way as memory is reconstructed in the present and in function of the present, the changes in the way of living and celebrating the June festivals seem to reveal a continuous movement of re-signification of traditionally established socio-cultural practices in order to adapt to the needs of the present.

### **KEYWORDS:**

Popular festivals. Tourism. Performativity in culture. Community Chã de Jardim/PB.



## INTRODUÇÃO

Portadora do título de patrimônio artístico-cultural e paisagístico nacional, a cidade de Areia está situada na microrregião do Brejo paraibano, reconhecida nacionalmente como quinta maior produtora de cachaças do país e primeira em produção de rapadura e cachaça da Paraíba. Além da arquitetura e das paisagens, seus atrativos turísticos incluem o clima ameno e a visita aos engenhos produtores de açúcar e aguardente de cana. Para atender aos turistas, a cidade conta com uma oferta de 477 leitos, distribuídos em 08 (oito) pousadas, 01 (um) hotel e as vagas ofertadas por particulares via plataformas como Airbnb (FELIX, 2019). Com uma população estimada, em 2020, em 22.656 habitantes, dentre os quais mais de um terço (38,7%) ainda residentes no território rural, conforme dados do Censo 2010, Areia situa-se a 130Km de João Pessoa, capital do Estado. E está distante apenas 50 Km de Campina Grande – cidade onde, desde a década de 1980, é realizada a festa-espetáculo do “Maior São João do Mundo”.

O município compõe o roteiro turístico paraibano desde a década de 1990. Entretanto, o número de visitantes cresceu após o tombamento pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), em 2005/2006, quando os casarios de seu núcleo urbanístico e das encostas sobre as quais ocorreu o povoamento da vila, passaram a ser reconhecidos e protegidos na esfera federal. A partir desse momento, a cidade passou a integrar vários roteiros turísticos e ações de fomento ao turismo em nível estadual e federal, possibilitando que esta atividade compusesse o novo ciclo econômico do município (OLIVEIRA, 2018).

Em 2013, os proprietários dos estabelecimentos turísticos juntaram-se a alguns guias de turismo e outros pequenos empreendedores formalizados, beneficiados e interessados diretamente no desenvolvimento turístico da cidade, para criar a Associação Turística Cultural e Rural de Areia (Atura), que desde então passou a ter assento fixo no Fórum Regional Turismo Sustentável do Brejo Paraibano (FRTSB-PB)<sup>1</sup>. Com efei-

<sup>1</sup>Também conhecido como Fórum de Turismo do Brejo Paraibano, sua principal ação tem sido a realização da Rota Cultural Caminhos do Frio, roteiro turístico cultural mais consolidado da Paraíba, que vinha sendo realizado anualmente desde 2006 nas cidades da microrregião do Brejo e tendo como porta de entrada o município de Areia. O fórum adota o princípio da governança compartilhada, com participação de membros fundadores efetivos e beneméritos, incluindo entre eles representantes das



to, desde a criação da Atura, o grupo que denomino de empreendedores do turismo (donos de pousadas, hotéis, bares e restaurantes) vem trabalhando para fomentar, formatar e oferecer uma programação local, para além da participação na Rota Cultural Caminhos do Frio, no Roteiro Integrado da Civilização do Açúcar e no Festival Sons e Sabores, dentre outras festividades que vêm sendo criadas. Vale destacar que o Festival Sons e Sabores e alguns outros eventos contam com apoio para sua realização do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE-PB).

Objetivamente, verifica-se a ocorrência de diferentes práticas de turismo no Brejo paraibano. A segunda residência, o turismo pedagógico, o turismo cultural e o turismo rural, convergentes enquanto práticas modernas de consumo simbólico-cultural das representações identitárias da ruralidade, que surgiram no contexto da produção de novas funções e olhares para o território rural.

Tomando como objeto empírico os festejos juninos de Areia, o objetivo deste trabalho é discutir como os atores mencionados, apoiados pelos “expectadores”, implicados na produção e consumo da atividade turística contribuem para a resignificação e mudanças nas práticas culturais festivas de origem popular, graças à articulação de iniciativas comunitárias e locais ao agenciamento turístico dos grandes festivais que passaram a marcar o período junino no Nordeste brasileiro.

No caso em estudo, ao recuperar a questão formulada por Patrick Champagne (1977) para refletir sobre as transformações no mundo rural francês daquela época, atribuo outro enquadramento teórico a partir da teoria da performance, na tentativa de superar a suposta dicotomia que estaria na oposição entre as ideias da “vila em festa” e da “festa na vila”. Tal dicotomia sugere pensar a primeira ideia como mais próxima ao polo da autenticidade por supor que a população local produziria um evento para si, segundo seus costumes; enquanto a segunda expressão põe em relevo a vila como local da festa planejada para e apreciada por pessoas que não são daquela comunidade local.

Na primeira parte deste trabalho, enfatizo a capacidade de mobilização do turismo por meio da atuação dos ‘empreendedores do turismo’ na cidade de Areia/PB,

---

prefeituras de cada município do Brejo, do Governo Estadual, além de representantes da sociedade civil organizada, como por exemplo, a Atura, além de órgãos de apoio, como Sebrae (FRTSB-PB, 2010).



identificando algumas de suas estratégias discursivas e ações, para conceber roteiros, atrações e festas dedicadas a São João como um produto que encadeia o consumo de signos e representações sociais, a projeção e reafirmação da identidade nordestina e o entretenimento e lazer. Na segunda parte, apresento uma descrição mais densa da “brincadeira com o santo” e da festa de São João no *Arraiá da Chã*, em uma comunidade rural do mesmo município, a partir das memórias de residentes e da minha presença no evento, com o fito de destacar tanto a performatividade na cultura como envolvimento dos locais na reinvenção dos festejos.

Este trabalho tem por base a metodologia qualitativa, incluindo dados primários e secundários construídos entre 2015 e 2016 e fazem parte de uma etnografia produzida a partir de pesquisa de campo para elaboração da minha tese<sup>2</sup> de doutorado. Para este artigo, além de dados do diário de campo, foram recortadas e apresentadas falas de três dos cinco empreendedores do turismo ligados à Atura, os quais foram selecionados em função do maior engajamento na referida Associação e por empregarem representações da cultural regional na promoção de seus empreendimentos. E dentre eles, incluo falas da liderança da Comunidade Chã de Jardim e de duas das oito artesãs entrevistadas; bem como de uma das seis idosas que entrevistei nesta mesma Comunidade. Todas selecionadas por descreverem com riqueza de detalhes a brincadeira com o santo. Os entrevistados são identificados apenas pela letra “E” e um número, que representa a ordem em que foi realizada a entrevista à época. Cito também uma das reportagens (de maior repercussão) em que a líder da comunidade descreve as motivações para dar ao seu restaurante o nome de sua avó.

---

<sup>2</sup> O corpus da tese compreende: 49 entrevistas, totalizando 66h de áudio, que posteriormente foram transcritas e categorizadas, não identificando nominalmente o entrevistado (o perfil de cada entrevistado(a) está no Apêndice G, da referida tese); 05 reportagens televisivas e 01 videodocumentário sobre a história e o turismo na cidade de Areia, veiculados em veículos televisivos nacional e/ou estadual; os estatutos sociais da Atura, do Fórum de Turismo do Brejo e da Associação para o Desenvolvimento Sustentável da Chã do Jardim (Adesco); o Livro de Sugestões do Restaurante Rural Vó Maria do ano de 2013-2014; e 237 questionários aplicados aos comensais do referido restaurante, o qual serve exclusivamente pratos tracionais com base em receitas de membros da comunidade e adota um estética rústica. A Comunidade Chã de Jardim e o RVM formam o núcleo a partir do qual me aproximei de todos os outros interlocutores da pesquisa.

## VIVA SÃO JOÃO! - DE FESTEJO POPULAR À FESTA ESPETÁCULO

Os festejos dedicados a São João chegaram ao Brasil com a colonização portuguesa e passaram por uma longa história de transformações (CHIANCA, 2013). No campo ou na cidade, muitas mudanças no formato e forma de celebrar ocorreram ao longo dos últimos 30 anos e as festas juninas tornaram-se objeto do agenciamento do turismo, ganhando outros significados e funções sociais. Com efeito, de celebração religiosa, comunitária e rural, de caráter folclórico, os festejos juninos – dedicados aos santos católicos Santo Antônio, São João e São Pedro – tornaram-se hoje festas-espetáculo no nordeste brasileiro. Ou seja, grandes eventos lúdicos, artísticos e musicais celebrados em espaços urbanos, com destaque para Caruaru-PE e Campina Grande-PB, reunindo multidões, atraídas pela dialética entre modernidade e tradição, no engate com a indústria do entretenimento e turismo (FARIAS, 2001; ALVES, 2017). Em outros termos, a devoção secular católica e a correspondente representação visual dos santos, a festa da colheita do milho, a culinária, o forró pé de serra, o cangaço, as quadrilhas juninas, dentre outros elementos e atividades lúdico-culturais, passaram a fazer parte de um cenário que converte representações da identidade nordestina em atrativos turísticos (ALVES, 2017).

A análise da dinâmica das relações entre turismo e cultura, em especial no que se refere às transformações das manifestações populares em produtos de lazer e entretenimento, evoca a teoria da performance, aqui entendida como um caminho alternativo à interpretação dicotômica dos eventos turísticos a partir das categorias de aculturação e autenticidade.

De base difusionista, o paradigma conceitual da aculturação foi utilizado por muito tempo para explicar a aquisição ou adoção de aspectos culturais de uma sociedade por outra e, no âmbito do turismo, analisar os efeitos do contato entre os visitantes e os nativos. O problema dessa abordagem está 1) na unilateralidade da análise, que tende a colocar em relevo as mudanças ocorridas na comunidade receptora; 2) na compreensão da cultura como sistema fechado em si mesmo, ignorando o fato de que todas as sociedades são caracterizadas por conflitos e mudanças e que as fronteiras étnicas e culturais são suscetíveis de reorganização; 3) na apreensão da dinâ-



mica de encontros culturais como de simples supressão de traços culturais (SANTOS; BARRETTO, 2006, p. 255). Por sua vez, o uso da categoria autenticidade remete a uma discussão inesgotável sobre a negociação entre comunidade receptora e turistas a respeito da originalidade e dos sentidos das práticas tradicionais (re)produzidas com fins turísticos, tais como rituais xamânicos, rituais indígenas, linguagem, entre outras práticas e costumes. Nesse caso, o problema está, primeiramente, na negação do caráter inventado de todas as tradições (HOBBSAWM, 1984) e de que tradição e modernidade sejam conceitos relacionais que se redefinem um em relação ao outro continuamente (PONGRATZ, 1990; OLIVEIRA, 2018); e, em segundo lugar, na imposição utópica de congelar as práticas culturais de determinados grupos sociais, sugerindo que continuem com os mesmos rituais, costumes, ferramentas e linguagem dos ancestrais (BARRETTO, 2008); e, em terceiro, na tendência a atribuir ao mercado turístico o poder unilateral de normatizar as práticas turísticas.

A teoria da performance enfatiza a reflexividade e a agência dos atores envolvidos na produção e consumo da oferta turística, compreendido como um processo de ressignificação e tradução cultural. A noção de performance contribui, assim, para o entendimento das modificações dos conteúdos simbólicos dos sistemas culturais a partir das quais se procura afirmar uma determinada representação identitária como forma de legitimação da experiência turística (CARVALHO, 2011).

De acordo com Carvalho (2011), a redefinição das práticas culturais pela atividade turística ocorre em paralelo à intensificação dos processos culturais, do descentramento identitário e da comercialização de signos, imagens e representações no mercado de consumo, implicando em práticas sociais revisitadas, resultando na reelaboração de significados e estabelecendo novas formas de expressão das identidades. Dessa forma, “ao atraírem um público consumidor específico, as festas populares tradicionais – sagradas ou profanas – inserem-se no jogo dialético e dinâmico de seleções e negociações de seus elementos definidores, a fim de se conformarem em produtos de lazer e entretenimento” (CARVALHO, 2011, p. 165), algo que procuro demonstrar a partir da descrição dos festejos juninos na Comunidade Chã de Jardim.

Nessa perspectiva, a noção de performance aqui empregada parte do pressuposto que as festas juninas são uma expressão artística e cultural, que obedece a





uma programação previamente definida para um período determinado, propiciando aos realizadores e ao público-alvo uma vivência singular, que irrompe das estruturas cotidianas, sugerindo um momento especial de prazer coletivo (TURNER, 1974). Assim, de maneira geral, as percepções e a capacidade dos promotores do turismo compreenderem as expectativas dos visitantes, com os quais interagem e para os quais planejam e executam a performance cultural das festas de São João, é tão importante quanto o engajamento voluntário destes últimos para configuração da experiência festiva.

### **EM TODO CANTO, EM ÉPOCA DE SÃO JOÃO, VAI TER O FORRÓ!**

Sabe-se que o turismo cultural tem por base a produção material e imaterial de uma comunidade, através da apropriação e recriação dos patrimônios culturais na forma de roteiros, produtos e atrações (CARVALHO, 2011). É nessa perspectiva que as festas populares se tornaram grandes atrativos e produtos simbólicos-culturais para os visitantes e turistas ao redor do mundo.

Destaca-se que a festa-espetáculo do “Maior São João do Mundo”, em Campina Grande, é uma fonte de inspiração e mobiliza os empreendedores do turismo de Areia. Efetivamente, conforme os relatos dos proprietários de hotéis e pousadas, Areia recebe um “rescaldo” do fluxo turístico de Campina Grande durante os festejos juninos, ocupando todos os leitos disponíveis. A partir da cidade, os hóspedes saem para participar das festas de São João na cidade vizinha – Bananeiras, ou *direto para Campina*, conforme ouvi de alguns deles. Sempre no fim da tarde, em ônibus de receptivos ou em carros particulares, após terem dedicado o dia para conhecer os casarios, os engenhos de cana de açúcar, museus e outros atrativos areienses. A observação e os relatos dos próprios empreendedores do turismo sugerem a hipótese (não testada) que os custos de hospedagem em Campina Grande e a insuficiência dos leitos existentes nessa cidade, durante o período junino, favoreçam a procura de turistas por hospedagem em cidades próximas, especialmente Areia e Bananeiras, ambas localizadas no Brejo paraibano.

Nessa perspectiva, incentivados pelos intermediários culturais (consultores do





Sebrae, representantes de órgãos de fomento, jornalistas e outros profissionais formadores de opinião etc.), durante o período junino os empreendedores do turismo de Areia vem dirigindo seus esforços para realizar shows musicais de “fórró pé de ser-ra”, apresentações de grupos folclóricos e de quadrilhas juninas, durante as quais os visitantes são estimulados a participar em determinados momentos. Verifica-se assim um esforço dos mais engajados agentes político-econômicos locais no agenciamento das tradições, que são convertidas em serviços, atrações turísticas e atividades lúdico-culturais, dotando a memória e o passado rural sertanejo-nordestino de propriedades mágicas e idílicas (ALVES, 2017).

Particpei de algumas reuniões dos membros da Atura e posteriormente entrevistei alguns deles. Em uma dessas reuniões, pouco antes do período natalino, por exemplo, a pauta era a ornamentação da cidade para receber os turistas durante o Natal. Nas palavras da associada “E31”, a questão surgiu porque “a cidade tem que estar bonita, o turista busca isso. Então, nós da Atura vamos assumir isso ... E o turista está cobrando” (Notas do diário de campo, 14/10/2015).

Desta forma, de um lado, destaca-se a ênfase dada aos elementos que fortalecem a identidade regional, como símbolo e estratégia para conferir autenticidade. Por outro lado, observa-se a reflexividade expressa na preocupação dos empreendedores do turismo em atender a demanda e em corresponder a expectativa dos visitantes. Para tanto, promovem adaptações, criam performance culturais sem perder de vista a autenticidade e legitimidade da oferta turística local, com objetivos de auferir ganhos econômicos e simbólicos. Isso fica mais evidente quando eles falam sobre como planejam os festejos juninos na cidade para o ano de 2016, conforme as falas transcritas a seguir.

**Para esse ano está se planejando fazer o São João.** Já foi acordado o que deve ser feito, onde os estabelecimentos vão oferecer algum local... ofereça uma atração, um atrativo, alguma coisa assim. Nesse sentido, todo mundo tem que ajudar e tem que participar. [PESQUISADORA:] *E o que vocês esperam organizando eventos, por exemplo, o São João?* **Trazer turistas para cidade, fazer com que os equipamentos recebam hóspedes, recebam movimento de turistas, que gere renda para eles** (E08: 40 anos; jornalista; guia de turismo e sócia da Atura; 26/01/2016).

Agora a gente já tá se preparando pra [fazer a] decoração junina, a gente quer uma ‘sala de reboco’ na cidade - **ideia de LB, que ela já bateu o martelo e disse que a sala de reboco vai sair**, né. A gente quer fórró em todos



os estabelecimentos, e vai ter. Vai ter na Casa do Doce, vai no Rancho, vai ter lá no [Restaurante] Vó Maria... **em todo canto, em época de São João, vai ter o forró** (E20: 49 anos; agrônoma; empreendedora e sócia da Atura; 25/02/2016).

A oferta de shows do que convencionou-se denominar “forró pé de serra” e de disponibilizar “salas de reboco” denotam tanto o processo de mercantilização da cultura, sob a tutela daquilo que vem sendo denominado de economia criativa, como o recurso a símbolos que confirmam autenticidade à experiência turística. Vale salientar que, no caso do forró pé de serra, até a década de 1940 não existia esse tipo de grupo musical. Segundo Alves (2017), a combinação e harmonização das sonoridades da sanfona, da zabumba e do triângulo, que veio posteriormente denominar-se de forró pé de serra, surgiu na segunda metade da década de 1940, quando o cantor, compositor e sanfoneiro Luiz Gonzaga criou o gênero musical baião. Desde os anos de 1960 e 1970, este gênero passou a ser considerado o estilo mais “autêntico” e “legítimo” para se dançar e celebrar os festejos juninos (ALVES, 2017) em contraposição ao chamado “forró de plástico” massificado.

Por sua vez, a expressão “sala de reboco” designa, atualmente, um espaço de estética e traços rústicos, destinado a apresentações musicais de trios de “forró pé de serra”, construído especificamente para as festas e festejos juninos. O espaço procura recriar e ressignificar a função de uma “típica casa de taipa”, um tipo de construção muito comum e barata, presente nas áreas rurais da região Nordeste do Brasil, tradicionalmente feita de forma muito simples: a partir do entrelaçamento de “varas” cobertas com argila e piso de chão batido. Ressalta-se que o processo de ressignificação da casa de taipa e a criação da “sala de reboco” ganhou expressividade a partir da aparição do Sítio São João<sup>3</sup> nos festejos juninos de Campina Grande/PB. Tal espaço inspirou muitos empreendedores de Areia, que adotaram tal estética inclusive em restaurantes, como no caso do

---

<sup>3</sup> Idealizado pelo cenógrafo João Dantas, em sua primeira edição, o Sítio São João foi instalado na cidade de São Paulo. No ano seguinte passou a integrar o cenário dos festejos juninos da cidade de Campina Grande/PB. Após um período instalado dentro do Parque do Povo, a Vila São João, como passou a ser denominada, foi realocada para novo endereço, com a pretensão de funcionar durante todo o ano. O cenário reproduz o cotidiano de um sítio na área rural interiorana, com casa de farinha, roçado de milho, casa de taipa, tipografia e difusora, consagrando-se como espaço de valorização da cultura nordestina e oferecendo atrações musicais e pratos típicos, que o tornaram uma das atrações de Campina Grande (PARAIBA CRIATIVA, 2021).



Restaurante Rural Vó Maria (RVM).

Noutra perspectiva, o recurso às memórias do passado também faz parte das estratégias dos empreendedores de Areia, os quais procuram criar e reproduzir representações “autênticas” do passado rural da região, aderindo à visão romântica<sup>4</sup> e idílica de uma “vida simples”, junto à natureza. Sob estímulo das informações e consultoria de intermediários culturais, os empreendedores têm aguçado o próprio olhar para os elementos culturais e objetos do passado, que fazem os turistas lembrarem da própria infância no meio rural, como relatou a proprietária da Casa do Doce e a proprietária do RVM, conforme falas transcritas a seguir.

PESQUISADOR: *Me fala como você criou a “Casa do Doce”.*

E20: [...] **Aqui era o sonho**, aqui eu tava levantando essa casinha, quando eu vim dali, em junho, eu tava começando a levantar, **que eu queria fazer uma casinha de pau e palha, mas não era pra vender doce, eu queria pra fazer artesanato.** [...] E eu tinha um sonho de fazer o doce e fazer o artesanato à parte. Aí em junho, Mirian [consultora contratada pelo Sebrae] já estava aqui. [...] Em junho tava tendo a primeira visita técnica do Sebrae, através de Mirian aqui em Areia, então [...], eu disse: **“M, vamos ali comigo que eu quero uma opinião tua.” Já de consultoria.** [...] Quando ela chegou ali no portão, ela encheu o olho de lágrima [riso] [...] Quando ela chegou, eu já tinha botado uma redinha aí, umas plantinhas lá, a estante [onde expõe os doces a venda e herança de família] lá [...] **Aí foi M que disse: “- Pode tirar a estante dali [do terraço da casa principal], você vai começar a vender aqui nessa casinha [de palha].”** (E20: 49 anos; agrônoma empreendedora e sócia da Atura; Areia, 25/02/2016).

RODRIGO HILBERT<sup>5</sup>: *Então Vó Maria também deu nome ao restaurante, né?*  
 LB: Exatamente. **Quando a gente precisou de um nome pra o restaurante, cada um teve que dá sua sugestão.** Quando chegou na minha hora eu argumentei: “- Por mim se chamava Vó Maria porque... eu não recorro de ter comido, em todo a minha vida, uma comida mais gostosa do que a farofa da minha bisavó; quase todo mundo tem uma vó chamada Maria; casa de vó é onde a gente faz a festa mesmo. Então aí, são três argumentos. E aí...”  
 [RH: Perfeito. Quebrou todo mundo. ((risos))] Acabou com todo mundo. **Todo mundo [disse]: “- Oh, fica Vó Maria mesmo.”** Com a graça de Deus ficou Restaurante Vó Maria e é o sucesso que é hoje! (Entrevista de LB a Rodrigo Hilbert, exibida pelo canal GNT, em 04/05/2017).

<sup>4</sup> Segundo Campbell (*apud* Alves 2009, p. 352), “o romantismo, ao se voltar sobre os efeitos do racionalismo instrumental potencializado pelo Iluminismo, deixou-se constituir por um caráter místico, que se recrudescia diante da necessidade de se recuperar um modo de vida perdido, “puro” e “imaculado”, objetivado no desejo de, por assim dizer, reencantar o mundo através da arte e da criação estética.” Assim, a ética romântica engendrou disposições e se tornou o principal agente do espírito do consumo moderno.

<sup>5</sup> O ator Rodrigo Hilbert apresenta o programa “Tempero de Família” desde 2012. Exibido no canal fechado GNT, semanalmente, a primeira temporada de 2017, composta por 13 episódios, foi gravada inteiramente no estado da Paraíba, adotando como temática “Mulheres Fortes da Paraíba”. No episódio 09, exibido em 04/05/2017, o apresentador entrevista in loco a líder da comunidade Chã de Jardim, que faz um breve resumo da história do Restaurante, dando destaque ao trabalho comunitário.



Ao selecionarem, reinterpretarem memórias e identidades locais sob a forma de atrações estilizadas para grupos de turistas e visitantes, os empreendedores do turismo de Areia transformam as festividades juninas, os espaços onde elas se realizam, os lugares de comercialização de produtos e serviços, em uma experiência polifônica, nas quais se verificam mecanismos de seleção e ativação de múltiplas identidades. Revela-se, portanto, que “tais identidades são passíveis de se articularem, ou seja, de serem manipuladas e representadas de forma situacional e estratégica”, graças à performatividade da cultura (CARVALHO, 2011, p. 165).

Entendo a performatividade da cultura como um processo pelo qual “identidades e entidades da realidade social são constituídas na e pela luta cultural, concebida como uma negociação da agência cultural pelas repetidas aproximações dos modelos (normativo), bem como por aqueles ‘resíduos’ (‘exclusões normativas’) que são insuficientes”, tal qual defende Yúdice (2002, p. 53). Portanto, uma prática reflexiva do autogerenciamento, “empreendida pelos agentes para com a noção de cultura, frente aos modelos [...] impostos por determinada sociedade ou formação cultural” (YÚDICE, 2002, p. 64).

Paralelamente, ao responder às necessidades do presente e não as do passado, revela-se que o tempo da memória é o presente, posto que é no presente que ela se reconstrói. Tal entendimento abre portas para compreender a noção do “esquecimento programado” como uma função da memória para proceder um descarte seletivo daquilo (ideias, representações, comportamentos, lembranças...) que não mais faz sentido no presente, ou seja, daquilo que não é mais necessário porque não aporta significado para um determinado grupo/classe no presente (MENESES, 2007). Em outras palavras, tradições, memórias e práticas sociais são resignificadas, sendo agenciadas performaticamente pelo turismo, ganhando novos sentidos e significados na negociação entre os atores implicados na produção e consumo e fruição da experiência turística.

## A BRINCADEIRA COM O SANTO E SUA RESSIGNIFICAÇÃO NA COMUNIDADE CHÃ DE JARDIM

Considerando o crescente consumo em espaços urbanos das representações da ruralidade (CARNEIRO, 2012) que essas e outras festas propiciam, é pertinente questionar como as populações rurais - das quais se originou a “tradição” de celebrar o São João, estão vivenciando essas mudanças. O caso dos sitiantes da Chã de Jardim permite observar como as práticas de celebrar o terço<sup>6</sup> de São João e a “brincadeira com o santo” são atualizadas e ressignificadas.

Distante apenas 7 Km da sede do município de Areia, na época da pesquisa, a comunidade Chã de Jardim era constituída por cerca de 352 habitantes (IBGE, 2015), sendo entrecortada pela Rodovia PB-079, à beira da qual foi construído o Restaurante Rural Vó Maria. Desde 2006, a Comunidade integra a oferta turística do município de Areia por meio da comercialização de serviços concebidos e gerenciados pelos próprios sitiantes, tais como trilhas e visitas guiadas, hospedagem em barracas, serviços de alimentação no Restaurante Rural Vó Maria e venda de *souvenirs* e produtos regionais, inscrevendo-se na categoria de Turismo de Base Comunitária<sup>7</sup> (OLIVEIRA, 2018).

O principal núcleo da vida comunitária congrega alguns equipamentos: a capela, dedicada à Nossa Senhora das Dores, em frente da qual foi edificada uma estátua de Padre Cícero, o salão comunitário e a Escola Municipal de Ensino Fundamental professor Américo Perazzo, que oferece ensino infantil até o 5º ano. É nesse núcleo que o “São João da Chã” tem sido realizado nos últimos 25 anos, com exceção do ano 2020, por causa das medidas de distanciamento social para evitar a propagação da COVID-19.

Todavia, para apreender as mudanças, convém entender como era celebrado o São João antes deste novo formato de festa, por isso recorri a pessoas adultas e fo-

<sup>6</sup> Usado por cristão católicos, o terço consiste em um colar com cinquenta contas para rezar as orações da ave-maria e do pai-nosso (cinco vezes). Em outras palavras, trata-se de um instrumento de oração e símbolo de fé.

<sup>7</sup> O turismo de base comunitária é aquele no qual as populações locais possuem o controle efetivo sobre o seu desenvolvimento e gestão, suportado pela gestão comunitária ou familiar das infraestruturas e serviços turísticos, com respeito ao meio ambiente, valorização da cultura local e seguindo o princípio da economia solidária (TUCUM, 2008).



ram as mais idosas que mais detalhes forneceram. Em vias de desaparecimento, os terços dedicados a São João e a prática de “brincar com o santo”, isto é, enfeitar e colocar o *cruzeiro* (termo nativo) no terreiro da casa para ser raptado/*roubado*, faziam parte das antigas diversões relatadas pelos sitiantes.

E02: Assim, no São João, as diversões eram os terços e os cruzeiros, que eram muito bom! Se juntava todo mundo da vizinhança... Na véspera de São João a gente se juntava já, a gente preparava as pamonhas, pé de moleque, fazia canjica e aí convidava a vizinhança. E enfeitava o cruzeiro, aí quando dava seis horas botava o cruzeiro fora. Aí ali de noite a gente rezava o terço e o cruzeiro ficava lá. Aí quem viesse roubar o cruzeiro, no outro ano tinha festa de novo! Aí se ninguém roubasse, no outro ano era ‘merma’ coisa... Enfeitava o cruzeiro e colocava lá. Aí depois do terço... aí se juntava os vizinho ‘tudim’, aí ia se divertir, aí ia comer, toma uns vinhos, licor... até dança um forrozinho em casa ‘mermo’, ligava o sonzinho, aquele rádio de antigamente, né. Aí ligava lá e todo mundo ia dança. Era muito divertido. [...] desde a casa de meus avós, eles já tinham a tradição do cruzeiro e aí já passou pro meu pai... e assim foi. E até só não tenho hoje porque depois que meu marido separou... aí a gente se desfez do cruzeiro (E02: 63 anos; agricultora aposentada; 06/01/2016).

PESQUISADOR: Qual era diversão de vocês aqui do lugar?

E05: ((rir)) Ah, as diversões daqui eram boas, né? Antes era muito bom. É o mês Mariano, depois vinha o mês de São João. Tinha essas festas de fogueira, pessoal fazia... “Hoje vamos passar a véspera de São João na casa de fulano...” Naquele tempo eles chamavam radiola. Aí botava aquele disco. Então ligava ali e o pessoal brincava a noite inteira! Dançava... Na fogueira, comia milho assado [...] O pessoal enfeitava o cruzeiro... Ele é tipo uma cruz, só que ele tem umas espadazinha assim do lado. Aí enfeitava ele todinho, botava assim na beira da fogueira. O pessoal vem e rouba aquele cruzeiro. Quando é no outro ano aí o pessoal vem entregar aquele cruzeiro. É uma procissão com meio mundo de gente, muitos fogos! (E05: 47 anos, agricultora e artesã, 15/01/2016).

O *Cruzeiro* é um objeto em madeira, de aproximadamente 50 cm de altura, em forma de cruz de oito braços, assemelhando-se visualmente, conforme observei, à forma de uma cruz radiada<sup>8</sup>, que é enfeitada com papel de seda colorido a cada festejo (anualmente). Pode-se interpretar o cruzeiro como mais um emblema dos festejos juninos, assim como bandeiras e mastros, que eram colocados na frente de residências, de praças ou de igrejas para sinalizar os locais onde se desenrolavam as festas celebradas no mês de junho, dedicadas a São João, o mais proeminente dentre

<sup>8</sup> Apesar dos esforços empreendidos na busca de informações em bancos de dados eletrônicos, não foram encontradas referências sobre o significado da “cruz radiada” em português, inglês, francês ou espanhol. Foram consultados vários documentos sobre arte sacra, símbolos e cultos católicos, dentre eles: Compêndio dos símbolos, definições e declarações de fé e moral, de 2007, da Editora Loyola; Les croix du Massif Central, de Jacques Baudoin, publicado em 2000; e Culte catholique dans ses cérémonies et ses symboles d’après l’enseignement traditionnel de l’église, de A. Durand, 1868.





os três santos já mencionados anteriormente (CHIANCA, 2013). Segundo essa autora, originalmente, bandeiras, mastros e estandartes eram um “sinal de devoção dado pelo festeiro aos seus vizinhos, indicando que naquela casa havia orações até a véspera do dia do santo – 23 de junho, quando as preces davam lugar à festa” (CHIANCA, 2013, p. 39).

Conciliando a uma só vez o sagrado e o profano, a prática de “roubar o cruzeiro”, relatada por E02, deve ser compreendida como uma “brincadeira com o santo”<sup>9</sup>, que criava um compromisso entre o festeiro, dono do cruzeiro, e o “ladrão”, que tinha que devolver o “objeto sagrado” com louvores, orações e foguetões no ano seguinte, como forma de se desculpar com o Santo e com o festeiro. Assim, servia tanto para fortalecer os laços de vizinhança como para acumular prestígio, lembrando de certa forma as funções do *potlatch* estudado por Malinowski (1984 [1922]). Isso porque, de um lado envolvia as competências do festeiro de saber enfeitar da forma correta o cruzeiro e as condições de oferecer a novena e a festa a toda vizinhança, ou seja, envolvia custos; e do outro, pressupunha tanto a habilidade do “ladrão” de roubar o cruzeiro sem ser visto, ou seja, ser descoberto; como condições econômicas para no ano seguinte poder enfeitar o cruzeiro e devolvê-lo em procissão, isto é, em um cortejo que reúne os membros da comunidade entoando cânticos de louvor, rezando e soltando fogos até a casa do festeiro – o dono do cruzeiro.

Desse modo, o festeiro, a comunidade e o ladrão do cruzeiro ligavam-se pelo ciclo da dádiva, que implica em prestações e contraprestações renovadas a cada ano. No caso, a tríplice obrigação de dar-receber-retribuir traduz-se em: roubar, devolver (se desculpar), retribuir (com festa). Vale ressaltar que segundo o princípio da reciprocidade, “a prodigalidade ou a generosidade confere prestígio e fama que se tornam fontes de autoridade ou de poder, de acordo com a lógica agonística da dádiva” (SABOURIN, 1999, p. 43). Desse modo, a “brincadeira com o santo” tornava-se uma forma de competição entre os sitiantes, para estabelecer quem conseguia acumular mais prestígio, roubar com mais habilidade, gerando até mesmo desavenças.

---

<sup>9</sup>A expressão “brincadeira com o santo”, citada pelos pesquisados, também foi identificada e analisada por Lanna (1995) em sua pesquisa sobre trocas e patronagem na cidade de São Bento, no Rio Grande do Norte. Segundo o autor, a expressão designava a organização e celebração das festas de padroeiros por seus investigados.



De acordo com o levantamento feito, com exceção da Chã, em nenhum dos sítios ou comunidades próximas a prática de rezar o terço, enfeitar, colocar o cruzeiro na frente da casa e oferecer uma festa à vizinhança tem sido mantida. Durante o período de pesquisa pude ver um *cruzeiro*, que é guardado como relíquia pela proprietária, uma senhora de 84 anos de idade. Esse *cruzeiro* me foi apresentado com grande cerimônia: conduzido por uma das netas da informante e uma vizinha, numa simulação de um cortejo, vindo do interior da casa até o terreiro, onde o fotografei. Ficou claro que o objeto é conservado como um símbolo do sagrado e uma relíquia de família.



Quadro 01 – (1) Cruzeiro de Vó Ana; (2) Casa de Vó e cruzeiro, em frente ao RVM  
 Fonte: Arquivo pessoal da autora (2016; 2017).

Segundo a tradição, quem fez/possui um cruzeiro deve guardá-lo até o fim da vida e só poderia deixar de expô-lo na véspera de São João se o queimasse em uma cerimônia pública, na fogueira de São João. Porém, apesar de já não ser mais usado para sinalizar a celebração anual da brincadeira com o santo, o cruzeiro que fotografei não teve esse fim, sugerindo que a obrigação de destruir o objeto também perdeu força, indicando, portanto, a mudança de valores quanto às regras morais comunitárias. De fato, os relatos mais significativos sobre tais festividades lúdico-religiosas foram ouvidos de pessoas adultas idosas, a partir de suas memórias de juventude, em um claro sinal da importância e significado de tal prática no passado e, ao mesmo tempo, da pouca importância que lhe conferem os mais jovens, no presente.

Diversas razões podem ser elencadas como pistas explicativas para a quase desaparecimento dos *cruzeiros* e o abandono dos terços de São João: enfraquecimento

dos laços de solidariedade vicinal; a redução do tamanho das famílias, diminuindo a quantidade de mão de obra disponível para preparar e realizar a festa; os custos econômicos; a elevação dos padrões e expectativas em relação às festas, sobretudo quanto à qualidade e à quantidade de alimentos, fazendo com que os sitiantes não se arrisquem, já que uma festa fracassada geraria perda de prestígio, causaria desonra perante a comunidade (CANDIDO, 2001 [1964]), ou ainda a existência e a participação dos sitiantes em outras festas na cidade/sítios no mesmo período.

Constatou-se a realização anual de uma festa comunitária de São João na Chã do Jardim, organizada pelo Grupo de Jovens a União Faz a Força (GJUFF), que é ligado à Igreja/Capela católica da Comunidade. Seus membros são responsáveis pelas atividades lúdico-religiosas comunitárias - tais como animação de missas, organização de “retiros espirituais”, novenas, quermesses, gincanas, corridas ciclísticas etc.

Entretanto, um segundo cruzeiro estava em exposição, em frente ao RVM, durante junho e julho de 2015 e 2016. Nesse caso, a iniciativa de enfeitar o cruzeiro partiu da líder da comunidade e empreendedora LB, proprietária do Restaurante Vó Maria. Em 2015, o terço foi realizado na Capela da comunidade e, em seguida, o cruzeiro foi conduzido em procissão e disposto ao lado do simulacro de fogueira, em frente à “Casa de Vó Maria”, no pátio do Restaurante, para ser visto pelos turistas/visitantes.

A Casa de Vó Maria, retratada no Quadro 01 - figura 2, é uma reprodução figurativa de um casebre camponês, que foi construída em frente ao RVM também para a realização dos festejos juninos de 2015. Tomando como inspiração o Sítio São João, a reprodução da casa foi fiel ao estilo, aos materiais empregados na construção e aos elementos decorativos usados no passado (e ainda hoje em algumas comunidades rurais). As paredes são em taipa e o teto coberto com telhas artesanais. No interior, há um oratório antigo, onde se encontra uma imagem de Nossa Senhora (representação da Mãe de Jesus, segundo a religião católica), estão dispostos nesse espaço também um rádio de pilha, um baú - sobre o qual repousa a radiola dos anos 80, e uma *mala com roupas de Vó Maria e Vô João* (esta é a narrativa contada aos turistas). Noutro canto de parede fica um pilão e noutro um pote (vazio) tapado com um prato em ágata, sobre o qual repousa um caneco de alumínio. Do lado de fora, na lateral direita da “casa”, fica pendurado um penico. Nos fundos, há uma simulação de fogão à lenha, sobre o qual repousa uma

panela de barro com uma concha artesanal. Porém, o fogo jamais foi aceso, nem a panela conteve alimentos. Contudo, o local tornou-se um sucesso de visitação e é usado pelos clientes e visitantes do Restaurante para fazer fotografias (OLIVEIRA, 2017).

Nesse contexto, pude constatar a reinvenção de uma tradição no engate com a indústria do entretenimento, lazer e turismo (FARIAS, 2001). Porém, na medida em que há referência a um passado histórico, as tradições (re)inventadas caracterizam-se por estabelecer com ele uma continuidade bastante artificial (HOBBSAWM, 1984 [1983]), que nesse caso se expressa no simulacro de fogueira, de terreiro e de casa de um sitiante - a *Casa de Vó Maria*. Representações estas concebidas com o fim de simular e recuperar memórias afetivas do passado, para deleite dos visitantes do RVM no presente.

## VILA EM FESTA OU FESTA NA VILA?

Tentando responder à questão posta desde o título, pode-se afirmar que o “*São João da Chã*”, como é designado o evento pelos locais, embora dialogue e seja concebido em consonância com os novos padrões estéticos da indústria do entretenimento e lazer, ainda pode ser interpretado como uma festa de comunidade, isto é, concebida pela comunidade, porém apresentando reinvenções e hibridizações de formato. É certo que os significados em torno da solidariedade vicinal permanecem, mobilizando toda Comunidade e sitiantes da redondeza. Trata-se também de uma ocasião de estabelecer e reforçar os laços de solidariedade, de ver e ser visto, de se diferenciar, acumular poder simbólico e prestígio dentro e fora da comunidade, havendo intercâmbios entre sitiantes, cidadãos e visitantes/turistas. Nesse sentido, encontrar um candidato ou político (em busca de votos) entre os expectadores, em ano de eleição, também não é raro, como pude observar. Presença esta que, internamente, é percebida como indicador do êxito e prestígio da festa junto a outros grupos sociais externos à Comunidade.

Pessoas residentes nas cidades próximas também frequentam a festa, sobretudo o baile, que se configura como uma oportunidade para conhecer um pretendente e iniciar um relacionamento. De certo, cada vez maior quantidade de cidadãos faz-se presente no *Arraiá da Chã*, título utilizado nos panfletos de divulgação da festa. Ainda



assim, os sitiantes são maioria e famílias inteiras comparecem para assistir à apresentação da quadrilha (a Comunidade Chã de Jardim possui um grupo de quadrilha “matuta” há mais de 15 anos) e à coroação da Rainha e do Rei do Milho, que se dão em espaço aberto ao público.

A festa é realizada, geralmente, em finais de semana, mais ou menos uma semana antes da véspera do dia dedicado ao referido santo católico - 24 de junho, tendo como cenário o núcleo da vida comunitária e ocupando todo o pátio de chão batido entre a frente da Escola e da Capela. Os barraqueiros interessados em ter um ponto de venda de lanche ou de bebidas durante a festa precisam procurar o Grupo de Jovens antes. Desse modo, observei um planejamento do espaço, com áreas específicas para cada tipo de atividade. Em 2016, as barracas foram montadas em frente à Escola, que serviu de ponto de apoio para os brincantes da quadrilha junina trocarem de roupas e se maquiarem antes da apresentação, bem como para guardar materiais usados pela organização do evento. Como no mês de junho costuma ocorrer fortes chuvas, um piso em cimento foi construído pelos membros do GJUFF (com o dinheiro arrecado em outros Arraiás) em frente à Capela, servindo de palco para apresentação da quadrilha e para o esperado desfile dos candidatos ao título de Rei e Rainha do Milho.

Todo o pátio é iluminado com “gambiarras” e extensões, decorado com bandeirolas, deixando-se uma área reserva para dispor a fogueira de São João, que é acessa na noite da festa. O concurso de Rei e Rainha do Milho acontece antes da apresentação da quadrilha, com direito a desfile de cada candidato e candidata em tapete vermelho – o mesmo usado na Capela local nos dias de casamento.



F1



F2

Quadro 02 – Cartaz do Arraiá da Chã, 2015  
 Fonte: Comunidade Chã de Jardim (2015).

No *Arraiá da Chã*, observa-se que as pessoas vêm para ver e para serem vistas, principalmente os jovens, que costumam engajar-se animosamente na disputa de Rei e de Rainha do Milho, seja como candidato, seja comprando, seja vendendo rifas para ajudar seus candidatos-amigos. Os eleitos são coroados e recebem brindes, doados por patrocinadores e jurados do evento. Efetivamente, colaborar para realização e ganhar o concurso traz grande prestígio dentro da Comunidade, especialmente diante do GJUFF.

Em 2016, quando participei da festa, após ter morado cerca de seis meses na Comunidade, minha proximidade com a família da liderança e meu *status* de docente me renderam o convite para ser membro do júri do concurso, condição que me propiciou uma visão privilegiada do que acontecia no palco e nos bastidores da festa, bem como elementos interpretativos para entender os papéis e as relações entre os atores. Assim, pude constatar que os candidatos a Rei e Rainha do Milho eram moças e rapazes de comunidades rurais próximas, situação que estimulava as rivalidades e a competição intercomunitária para eleger seus representantes. Em certo sentido, o concurso era também uma brincadeira (levada a sério), já que a beleza não é o principal critério para ser Rei ou Rainha do Milho, mas sim a capacidade do candidato ou candidata engajar parentes e amigos e fazê-los comprar o maior número de bilhetes de uma rifa (cujo prêmio é sorteado no dia do evento), os quais são convertidos em pontos. Ganha o concurso aquele que alcançar o maior número de pontos, somados aqueles atribuídos pelo júri e aqueles resultantes da venda dos bilhetes.

No ano de 2016, houve apenas três candidatas ao posto de Rainha do Milho. Uma das candidatas era representante do Distrito rural de Muquém (pertencente ao município de Areia), outra de um povoado pertencente ao município vizinho, Remígio, e a terceira representava a Comunidade Chã de Jardim. Durante o desfile das candidatas, eu tive meu voto (notas) diligentemente vigiado pelas crianças com as quais convivi e que se puseram por trás de mim, dizendo ao meu ouvido: “- *Dá dez pra ela... Ela é da Chã, ela é Chã.*” Não tanto em razão das notas atribuídas pelo júri (que atuou mais como “figurantes” que deviam chancelar o resultado), mas o fato é que a representante da Chã ganhou, pois havia vendido quase cem rifas a mais que a segunda colocada. O desapontamento desta última e do segundo colocado do con-





curso de Rei do Milho se expressou em lágrimas, enquanto os sitiante da Chã, que haviam vendido e comprado as rifas da sua candidata, comemoravam mais um título conquistado pela Comunidade.

Noutra perspectiva, o caráter comercial e o objetivo de lucro da festa foram perceptivelmente traduzidos em elementos como: processo de planejamento de todas as etapas e organização do espaço da festa; uso de fardamento pelo pessoal que estava trabalhando/organizando; utilização de mídias digitais na divulgação do evento; venda de comidas e bebidas nas barraquinhas; cobrança para entrar no baile realizado no salão comunitário, animado por um grupo musical de forró contratado para tal finalidade. Também observei a monetarização e cobrança para deixar o carro no estacionamento improvisado em um terreno por trás do salão da festa, ao custo de R\$ 10,00 por carro, em 2016. Desse modo, a ressignificação da festa se expressa claramente no seu processo racional de planejamento com a finalidade de arrecadar fundos, que, segundo os depoimentos, são revertidos para a gestão da Capela dedicada à Nossa Senhora das Dores, para as ações sociais realizadas pelos membros do GJUFF e para bancar suas formações, confraternizações e viagens comemorativas. Vale salientar que o Grupo de Jovens também dispôs sua própria barraca para vender comidas e coquetéis aos clientes/brincantes.

De certo, observei que os membros da comissão organizadora da festa de São João da Chã trabalham arduamente antes, durante e depois desse evento, de tal forma que a festa não configura para eles uma oportunidade de lazer. Para muitos deles é, na verdade, um momento de aprendizado e compartilhamento de experiência – uma espécie de espaço de aprendizagem e transmissão do saber-fazer, já que a cada ano os membros vão assumindo mais responsabilidades e tarefas, tornando-se de “faz-tudo” a representantes de comissão.

Vale destacar que, apesar do esforço de divisão racional do trabalho, há algumas pessoas que estão sempre na posição de decisão e outras que exercem múltiplas funções. Exemplificando, na mesma noite observei um sitiante da “comissão de estrutura” transitar entre os papéis de Rei do Milho, de vendedor na barraca de coquetéis e de electricista. Desempenhando e vivenciando em uma só noite diferentes personagens, esse trabalhador reinventa sua própria identidade e a mobiliza estrate-



gicamente, readequando sua performance a cada ato da peça de teatro que é a própria festa. E o sucesso (financeiro e de alcance) do evento é premiado com viagens e excursões dos membros da organização para casas de praia, para participar de eventos religiosos e romarias, em que eles mudam de lugar e se tornam os visitantes, os turistas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As festas populares mobilizam a relação dialógica entre o ordinário e o extraordinário, sagrado e profano, conferindo sentido à vida cotidiana ao oferecer momentos de pausa e suspensão. Ao transcender os códigos dos sistemas simbólicos dos atores sociais dos quais emergiu e ser incorporada ao mercado turístico, as festas e danças populares são resignificadas, o quê, para alguns estudiosos, ocasiona a banalização e a transformação de rituais sagrados em rituais de entretenimento, com a conseqüente perda da autenticidade (SANTANA, 2009). Outros estudiosos, ao concentrar atenção nas mudanças no espaço e nas práticas sociais, apontam para os efeitos da aculturação das comunidades locais, em razão de voltarem-se para o atendimento das expectativas dos visitantes, moldando-se aos princípios e valores do mercado.

A partir da teoria da performance, é possível interpretar o fenômeno do turismo e as mudanças nos significados e práticas culturais resultantes do desenvolvimento de tal atividade para além destas abordagens dicotômicas. Assim, em vez de colocar em polos opostos a “vila em festa” e a “festa na vila”, observei como se produz um entrelaçamento da experiência de festejar o São João pelos empreendedores do turismo na cidade de Areia e os residentes da Chã de Jardim, percebendo a agência e o engajamento desses atores na transformação de suas tradições e cultura face a um público expectador que colabora e reafirma as estratégias deles. Entretanto, tenho claro que a experiência do turismo é relacional, situacional e única, caracterizando-se por relações de interdependência entre os atores, com desdobramentos concretos e simbólicos, alcançando várias dimensões da vida social: política, econômica, social, cultural, religiosa. O que o aproxima da conceituação proposta por Marcel Mauss de *fenômeno social total*.





A abordagem em tela permite compreender que a ressignificação dos festejos juninos no Brejo paraibano ocorre graças as estratégias e ações dos empreendedores do turismo. Eles agenciam suas tradições, memórias e elementos identitários da cultura sertanejo-nordestina, reinterpretam e atribuem novos significados com o fito de conferir uma identidade própria à comunidade-destinação. Assim, a cultura adquire um caráter performativo e de recurso, que é apropriado ora como mercadoria, ora como elemento de afirmação identitária, ora como manifestação das crenças e costumes, conforme as “negociações” entre os atores.

Nesse sentido, as observações das festividades e celebrações juninas na Chã de Jardim sugerem que o abandono da “brincadeira com o santo” (roubar o cruzeiro), por exemplo, não significou necessariamente seu esquecimento. Posto que, ao invés do cruzeiro ser colado no “terreiro da casa” para ser “furtado”, visto e apreciado apenas pela própria comunidade, o objeto sagrado passou a ser exposto para o grande público como símbolo identitário da devoção católica ao santo - São João, em um ato performático que confere legitimidade a autenticidade ao RVM, reafirmando sua pertença e vínculo com o mundo rural, perante os visitantes. Sob essa perspectiva, a cultura e a memória do grupo revivem, sobrevivem e se reinventam, salvando-se do esquecimento. E a própria comunidade se recria e encontra um novo lugar no mundo.

Verifiquei, pois, a reinvenção dos festejos juninos no *Arraiá da Chã*, um evento que tem conotação tanto religiosa, como de entretenimento e de coesão grupal da comunidade. Tal qual a memória se reconstrói no presente e em função deste, as mudanças na forma de festejar São João parecem revelar um movimento contínuo de ressignificação das práticas socioculturais tradicionalmente estabelecidas, para se adequar às necessidades do presente: gerar renda e lucros, que servem para realizar outros momentos de confraternização dos membros da comunidade, por exemplo.

## REFERÊNCIAS

- ALVES, Elder Patrick Maia. O consumo da tradição e a fruição do “inautêntico”: cultura e mercado nas festas-espetáculo do ciclo juninos no Nordeste. **Revista de Ciências Sociais**, Fortaleza, v. 48, n. 1, p. 208-244, jan./jul. 2017. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufc.br/revciensio/article/view/18886/29617>> Acesso em: 20 jun. 2017.
- BARRETTO, Margarita. Os museus e a autenticidade no turismo. **Revista Itinerarium**, v. 1, 2008. Disponível em: <<http://www.seer.unirio.br/index.php/itinerarium>>. Acesso em: 22 nov. 2020.
- CANDIDO, Antonio. **Os Parceiros do Rio Bonito**: estudo sobre o caipira paulista e a transformação dos seus meios de vida. 8 ed. São Paulo: Ed. 34, 2001.
- CARNEIRO, Maria José (Coord.) **Ruralidades Contemporâneas**: modos de viver e pensar o rural na sociedade brasileira. Rio de Janeiro: Mauad X; FAPERJ, 2012.
- CARVALHO, Karoliny Diniz. Contribuições teóricas dos estudos de performance para a análise da dinâmica das relações entre turismo e cultura. **Turismo & Sociedade**, Curitiba, v. 4, n. 2, p. 164-185, out. 2011. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/328073381.pdf>>. Acesso em: 17 fev. 2021.
- CHIANCA, Luciana. **São João na Cidade**: ensaios e improvisos sobre a Festa Junina. João Pessoa: Editora da UFPB, 2013.
- CHAMPAGNE, P. La fête au village. **Actes de la Recherche en sciences sociales**, v. 17, n. 18, p. 73-84, 1977. Disponível em: <[https://www.persee.fr/doc/arss\\_0335-5322\\_1977](https://www.persee.fr/doc/arss_0335-5322_1977)>. Acesso em: 02 dez. 2019.
- FARIAS, Edson. *Ócio e negócio: festas populares e entretenimento-turismo no Brasil*. 2001. 225f. Tese. (Doutorado em Ciências Sociais) Universidade Estadual de Campinas: 2001.
- FELIX, Andrei Oliveira Faustino. **Diagnóstico do perfil e das estratégias de coopetição do setor de hospedagem na cidade de Areia, PB**. 2019. Monografia (Bacharelado em administração) – Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande, 2019. Disponível em: <<http://dspace.sti.ufcg.edu.br:8080/jspui/handle/riufcg/12689>>. Acesso em: 15 fev. 2021.
- FÓRUM REGIONAL DE TURISMO SUSTENTÁVEL DO BREJO PARAIBANO - FRTSB-PB. **Estatuto Social**. Bananeiras, 2010.
- HOBBSAWM, Eric. A Invenção das Tradições. In: HOBBSAWM, Eric; RANGER, Terence (Org.). **A Invenção das Tradições**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1984.
- IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios**: Síntese de indicadores 2012. Disponível em: <<https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/pnad2012/shtm>>. Acesso em: 07 jul. 2017.
- LANNA, Marcos P. **A Dívida Divina**: troca e patronagem no Nordeste brasileiro. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1995.
- MALINOWSKI, Bronislaw. **Os Argonautas do Pacífico Ocidental**. São Paulo: Abril Cultural, 1984.



- MAUSS, Marcel. **Marcel Mauss: Sociologia e Antropologia**. Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Cosac Naify, 2003.
- MENESES, Ulpiano Bezerra. Os paradoxos da memória. In: MIRANDA, Danilo Santos (Org.). **Memória e Cultura: a importância da memória na formação cultural humana**. São Paulo: Edições SESC SP, 2007.
- OLIVEIRA, J. R. “Festa na fazendinha”: Formas de consumo simbólico-cultural e de apropriação do rural por famílias urbanas. **Revista de Ciências Sociais**, Fortaleza, v. 48, n. 1, p. 208-244, jan./jul. 2017. Disponível em: <[www.periodicos.ufc.br/revcienso/article/view/18881](http://www.periodicos.ufc.br/revcienso/article/view/18881)>. Acesso em: 20 jun. 2017.
- OLIVEIRA, J. R. **“Do sítio sim, besta não!”: reciprocidade, dons e lutas simbólicas em jogo no turismo em Areia, Paraíba-Brasil**. 2018. 583 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife.
- PARAIBA CRIATIVA. **Inventário: Vila Sítio São João**. Disponível em: <<https://www.paraibacriativa.com.br/artista/vila-sitio-sao-joao>>. Acesso em: 02 maio 2021.
- PONGRATZ, Hans. Cultural Tradition and Social Change in Agriculture. **Sociologia Ruralis**, v. 30, n. 1, p. 5-17, 1990. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-9523.1990.tb00395.x>>. Acesso em: 28 mar. 2017.
- SABOURIN, Éric. Práticas de reciprocidade e economia de dádiva em comunidades rurais do Nordeste brasileiro. **Raízes**, v. 18, n. 20, p. 41- 49, nov. 1999. Disponível em: <[http://www.ufcg.edu.br/~raizes/artigos/Artigo\\_26.pdf](http://www.ufcg.edu.br/~raizes/artigos/Artigo_26.pdf)>. Acesso em: 12 abr. 2017.
- SANTANA, A. **Antropologia do turismo: analogias, encontros e relações**. Tradução de Eleonora Frenkel Barretto. São Paulo: Aleph, 2009.
- SANTOS, Rafael José dos; BARRETTO, Margarita. Aculturação, Impactos Culturais, Processos de Híbridação: uma revisão conceitual dos estudos antropológicos do turismo. **Turismo em Análise**, v. 17, n. 2, p. 244-261, nov. 2006. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/68353/70877>>. Acesso em: 13 fev. 2021.
- TUCUM. Rede Cearense de Turismo Comunitário. In: *II International Seminar on Sustainable Tourism* – ISST/REN, Fortaleza. 2008.
- TURNER, V. **O processo ritual**. Petrópolis: Vozes, 1974.
- YÚDICE, George. **El Recurso de la Cultura: Usos de la cultura en la era global**. Barcelona: Editorial Gedisa, 2002.

Recebido em: 25/02/2021

Aceito para publicação em: 14/04/2021

