

Ponencia presentada a: GT 1 Comunicación Intercultural y Folkcomunicación

#Devolvameusãojoão: a disputa pelo São João no Brasil

#Devolvameusãojoão: the dispute for São João in Brazil

Juliana Hermenegildo da Silva⁸³

John Willian Lopes⁸⁴

Maria Érica de Oliveira Lima⁸⁵

Resumo: Ao longo dos seus desenvolvimentos os festejos juninos enfrentam transformações em diferentes setores da vida, como o cultural e o econômico, que frequentemente afloram o debate entre tradição e modernização. Nessa esteira, surgiu no Brasil no ano de 2017 uma mobilização nas redes digitais de comunicação que viria a ser expressão dessa contenda, a #devolvameusãojoão. Este trabalho analisa os discursos produzidos na busca pela manutenção de uma tradição das festividades juninas, a fim de perceber os momentos de perda de espaço e a retomada de consciência identitária pelos agentes culturais e artistas envolvidos no movimento. A partir da técnica de análise de conteúdo, verificou-se que houve um posicionamento pela não descaracterização da festa nos discursos produzidos.

Palavras-chave: São João, #devolvameusãojoão, Facebook.

Abstract: Throughout its developments the June festivities are faced with transformations in different sectors of life, such as cultural and economic, which often give rise to the debate between tradition and modernization. In this context, a mobilization in digital communication networks appeared in Brazil in 2017, which would be an expression of this conflict, the #devolvameusãojoão. This paper analyzes the discourses produced in the search for the maintenance of a tradition of the June festivities, aiming to perceive the moments of loss of space and the resumption of identity consciousness by the cultural agents and artists involved in the movement. From the technique of content analysis, we verified that there was a positioning for the non-characterization of the party in the discourses produced.

Key words: São João, #devolvameusãojoão, Facebook.

Introdução

Há algum tempo os festejos juninos têm se deparado, em sua totalidade, com influências advindas de transformações em diferentes campos da vida, como o econômico, o social e o cultural, em um recorrente embate entre as ideias de tradição e de modernização. No Brasil, no ano de 2017, as duas maiores festividades juninas da região Nordeste, nas cidades de Campina Grande⁸⁶ e Caruaru⁸⁷, movimentaram aproximadamente R\$ 400 milhões, chegando a receber, juntas, 4 milhões de turistas, e a ter 97% de ocupação de toda a rede hoteleira disponível⁸⁸.

Tais números, que impressionam, somam-se a uma estrutura correspondente para atender tamanha demanda de público. O principal local de festas da cidade de Campina Grande, o Parque do Povo, alocou em seu espaço 18 restaurantes, 51 barracas, 112 bares, 3 palcos e 100 shows em trinta dias de festividades. Em Caruaru, por sua vez, as mais de 400 atrações foram distribuídas em diversos polos culturais pela cidade em uma proposta clara de descentralização os festejos,

⁸³ Juliana Hermenegildo da Silva. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, mestra em Estudos da Mídia, Brasil, jujuhermenegildo@gmail.com.

⁸⁴ John Willian Lopes. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, doutorando em Estudos da Mídia, Brasil, johnwillianlopes@gmail.com.

⁸⁵ Maria Érica de Oliveira Lima. Professora do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal do Ceará, doutora em Comunicação Social, Brasil, merical@uol.com.br.

⁸⁶ Município localizado no agreste do estado da Paraíba, a 125 km de distância da capital João Pessoa.

⁸⁷ Município localizado no agreste do estado de Pernambuco, a 130 km da capital Recife.

⁸⁸ Recuperado em 05 fevereiro, 2018, de <https://exame.abril.com.br/entretenimento/onde-esta-o-maior-sao-joao-do-mundo/>

optando por 17 palcos, como: o Parque de Eventos (Pátio do Forró e Forró do Candeeiro); a Estação Ferroviária (Polo do Repente); o Polo das Quadrilhas; o Forra Bucho e Casa do Forró; o Alto do Moura (ponto do Festival de Comidas Gigantes); o polo Mestre Vitalino e Mestre Galdino (Praça do artesão); o Polo Azulão; o São João na Roça (Pau Santo, Gonçalves Ferreira, Terra Vermelha e Vila São Rafael); o São João de Rua (Rendeiras, Boa Vista I, Vassoural e São João da Escócia).

Conforme Roberto Benjamin (2000), o turismo, enquanto uma atividade econômica, é montado em estruturas e subordinado às leis do mercado econômico. Essas estruturas nos tensionam a pensar a relação entre turismo, folclore e manifestações populares como uma dinâmica interpessoal entre comunidade local e turistas. Desse modo, o autor aborda que “tal relação provoca de parte a parte mudanças culturais variadas, imprevisíveis e incontroláveis que passam a integrar a dinâmica da vida social” (Benjamin, 2000, p. 120).

Apresentado como a maior manifestação da cultura popular nordestina, o São João, nos últimos anos, tem sido submetido às constantes interferências de iniciativas privadas. A reboque disso, em 2017 uma nova discussão foi adicionada a essa questão: o crescente número de atrações com estilo musical sertanejo nas festas juninas de Campina Grande e Caruaru levou artistas nordestinos ligados ao estilo forró a questionar o objetivo dos festejos e a apontar uma possível descaracterização deles – é possível pensar as manifestações culturais inseridas no turismo sem descaracterizá-las?

Partindo desse ponto, neste trabalho toma-se como objeto de estudo as manifestações que ocorreram em 2017 no Brasil, na rede social Facebook, com a *hashtag* #devolvameusãojoão. Assim, busca-se mapear e analisar os discursos produzidos no âmbito das redes sociais digitais, especificamente no Facebook, a fim de identificar as derivações e urgências solicitadas pelos agentes culturais e folkcomunicaçãois envolvidos nesse processo contencioso e a relação entre manifestação cultural e turismo.

Folkcomunicação e internet

A internet no formato em que se apresenta, livre e desterritorializada (Lévy, 1999), propicia mudanças nos modos de viver e de pensar constantemente. Marques de Melo (2011, p. 35) define esse momento como “um cavalo de troia engendrado pela magia da eletrônica e refinado nas malhas da carpintaria digital... nela desponta uma sociedade glocalizada, evidenciando que global e local podem coexistir dinamicamente”. Pode-se afirmar que é cada vez maior a parcela da população que tem acesso à internet, assim como é cada vez maior o número de pessoas que faz parte de alguma rede social digital, escreve um blog ou tem um site pessoal. Nos colocamos diante de uma geração moldada pelo som e imagem.

Ao elaborar as bases do pensamento folkcomunicaçãois, Luiz Beltrão não imaginava as proporções dos novos meios de comunicação. A internet ainda era algo utópico e surreal, os veículos de comunicação de massa eram o rádio e a televisão. Em definição, a Folkcomunicação constitui-se em “um processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes de massa através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (Beltrão, 1980, p. 26). Nesse sentido, podemos afirmar que ela acompanha o pensamento social e consequentemente os novos lugares de expressão de ideias e informações, como a internet (Benjamin, 2000).

Em uma seara cada vez mais virtual, as manifestações populares se encontram em formato de adequação a essa nova configuração social. As redes sociais ocupam cada vez mais espaço na vida da população, gerando e disponibilizando conteúdo e se colocando como lugar de lutas sociais, políticas, culturais, étnicas e econômicas. Seu uso é diversificado, seja para exposição de manifestações populares ou manutenção das mesmas.

Nesse cenário, emprega-se diferentes recursos técnicos que auxiliam na propagação de significados. Um deles é a *hashtag* (#), que constitui-se como um tipo de etiqueta utilizada frequentemente em sites de redes sociais. Além disso, pode indicar um termo que cria um contexto, permite a busca e recuperação de determinado conteúdo pela etiqueta – a *tag* (Recureo, 2014). Esse recurso se tornou de grande utilidade para as mobilizações em redes digitais de comunicação, elemento indispensável em diferentes formas de disseminação de conteúdo – um exemplo é a prática do “tuitaço” (neologismo formado a partir do termo “Twitter”), que está baseada na utilização de uma *hashtag* comum agregada a determinado conteúdo para chamar a atenção sobre um tema.

Para o recorte de dados, pesquisamos a *hashtag* #devolvameusãojoão na rede social Facebook, utilizada como protesto no ano de 2017. Na busca por entender as significações produzidas, amparamo-nos na análise de conteúdo (AC) que, conforme Bardin (2011), consiste em diferentes instrumentos metodológicos em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a discursos (conteúdos) diversificados.

Cabe observar que a AC, enquanto método científico, pode ser utilizada tanto para abordagens quantitativas como qualitativas. Na análise quantitativa o que serve de informação é a frequência com que surgem certas características do conteúdo, e na qualitativa é a presença ou ausência de uma característica de conteúdo ou de um conjunto de características em um determinado fragmento de mensagem tomada em consideração.

Desse modo, delimitamos nosso corpus as postagens do início do movimento nas redes sociais, apresentando as primeiras discussões.

#Devolvameusãojoão

Em 2017, ao realizar show de abertura do São João da cidade de Campina Grande, a cantora Elba Ramalho teceu críticas ao número elevado de atrações sertanejas na programação da festa, ponderando que tradicionalmente os festejos juninos têm como estilo musical característico o forró⁸⁹. A insatisfação da cantora expôs um movimento que iniciou-se nas redes sociais meses antes dos festejos, sob a #devolvameusãojoão. Nestas manifestações, os artistas nordestinos demonstravam indignação com a perda de espaço nas festividades para músicos que não fazem parte das tradições da região, e com o custo elevado de contratação deles.

Em um segundo, momento Elba Ramalho deixou claro os motivos que levaram aos protestos nas redes sociais ao colocar que “Até eu, para entrar em uma das grandes festas, e estou há pelo menos dezesseis anos fazendo a tradição, tive que conversar com o prefeito da cidade, que me falou para escolher outra data e reduzir o cachê, eu disse não”, disse ela. “Quando me perguntaram em Caruaru sobre a campanha, eu disse que acho que tem que equilibrar. É um direito do sertanejo estar no São João. Mas a grade de programação não pode ser feita de dezoito sertanejos e dois forrozeiros”⁹⁰.

Comparando o quadro de atrações das últimas três edições (2015, 2016 e 2017) dos festejos das duas cidades, Caruaru e Campina Grande, verifica-se que houve um aumento significativo na quantidade de artistas não relacionados a festividade e a região.

Quadro 1: comparativo das atrações dos festejos juninos entre Caruaru e Campina Grande

Ano	Cidade	Nº de atrações	Nº de atrações sertanejas
2015	Caruaru	128	3
	Campina Grande	106	-
2016	Caruaru	67	4
	Campina Grande	97	-
2017	Caruaru	59	6
	Campina Grande	69	10

Fonte: elaborado pelos autores (2018).

Ao tornarem a festa uma atração turística, as cidades submetem seus festejos ao caráter econômico das iniciativas privadas, deslocando a manifestação cultural para uma categoria de produto. Em contrapartida, é o marketing turístico (como a disputa entre essas duas cidades pelo maior São João do Mundo) que desenvolve elementos para a difusão e, com todas as modificações, a manutenção da festa enquanto identidade da região. Benjamin (2000) aborda que as manifestações culturais e o folclore existem e existirão sem ou com o turismo, e por serem a identidade de uma região é que se tornam atração turística. Mesmo diante do pensamento proposto por Benjamin (2000), da coexistência de turismo e manifestação cultural, questionamos, assim como fizeram os artistas locais, se tais mudanças são necessárias, pois se a atração turística é tudo que envolve a região, os artistas e as festas não deveriam ser enaltecidos como são?

⁸⁹ Estilo musical produzido por três instrumentos (zabumba, triângulo e sanfona) eternizado na voz de Luiz Gonzaga nas décadas de 1950 e 1960, característico da região Nordeste do Brasil.

⁹⁰ Recuperado em 05 fevereiro, 2018, de <https://veja.abril.com.br/entretenimento/elba-ramalho-critica-sertanejo-no-sao-joao-nao-e-festa-do-peao/>

Ao que percebemos, as iniciativas pública e privada responsáveis por organizar as festas das duas cidades nos últimos anos preocuparam-se mais com a quantidade de turistas e o capital econômico movimentado do que com a preservação dos festejos em si. A quantidade de artistas do universo sertanejo reflete a ascensão desse estilo musical no restante do país e, conseqüentemente, é visto como um atrativo para turistas em festas.

A indignação dos artistas reflete a perda dos espaços dos agentes locais e suas manifestações para o lucro dos grandes empresários. Em outro discurso, produzido pelo cantor Chambinho, (o primeiro, da esquerda para a direita, na imagem 1), aborda-se o problema da seguinte forma: “Quantos de nós, forrozeiros, esperamos o ano todo para tocar nesta época, já que no restante do ano está cada vez mais difícil. E agora ficaremos de fora das festas para inserção maciça de sertanejo, funk, axés, breganejo, regatons e barulhos que não reconheço para dar um nome ao ritmo. Acredito que parte da população se anima com as programações e não veria mal algum em uma programação repleta desses estilos, se não fosse o contexto e a tradição das Festas de São João. São João sem forró, e como dar folga ao Papai Noel no Natal e por o coelho da páscoa no trenó com as renas”⁹¹.

Imagem 1: manifestação de artistas pelo #devolvameusãojoão (2017)



Fonte: página Gonzagão Online (2017)⁹².

Por outro lado, a cantora Marília Mendonça entrou nas discussões ao se posicionar em favor da inserção do estilo sertanejo nas festas juninas. Ao colocar que “o público quer” deixou claro o modelo de ganhos e lucros que visam os produtores envolvidos no desenvolvimento da festa. Com um cachê de R\$ 100 mil, apenas para uma cantora sertaneja, seria possível contratar três artistas locais que cobram em média R\$ 30 mil⁹³.

Construiu-se uma disputa de discursos alardeados pela mídia e amplamente difundido nas redes sociais. O manifesto dos artistas, que se tornou político-cultural, apontou a desproporcionalidade entre aqueles locais, ligados ao gênero do forró, e os “grandes artistas nacionais”.

⁹¹ Recuperado em 05 fevereiro, 2018, de <https://www.facebook.com/euamoforr0/>

⁹² Recuperado em 05 fevereiro, 2018, de

<https://www.facebook.com/Gonzagao/photos/a.426757187352928.114277.339410626087585/1650462664982368/?type=3&theater>

⁹³ Recuperado em 05 fevereiro, 2018, de <http://saojoao.leiaja.com/noticias/2017/06/25/apos-polemica-marilia-mendonca-doa-parte-do-cache-em-campina-grande>

Conclusões

Percebemos, nesse primeiro momento de análise, que os discursos produzidos estão relacionados a uma ideia de perda de identidade de um festejo característico do Nordeste do Brasil. O São João é comemorado há séculos no país, herança dos portugueses, enraizado na região como a maior manifestação da cultura popular. É a festa religiosa de Santo Antônio, São João e São Pedro; é a fartura na mesa do agricultor e a festa das comidas de milho; é a festa do - e feita pelo - povo nordestino.

Benjamin (2000) apontou que o que muda, muda sempre de algo anteriormente construído e que permanece em parte no novo, mas que os grupos de resistência podem coexistir ou não com o que foi modificado. Podemos afirmar, com o movimento #devolvameusaojoao, que o caráter particular das manifestações juninas é incompatível com os moldes atuais de mercado. O discurso produzido pelas manifestações nas redes sociais vai além, demonstra o sentimento de perda de espaços pelos cantores de forró, e reforça os locais cada vez mais escassos para as tradições nordestinas.

Destarte, se constrói e mantém um discurso tradição em detrimento do de modernização, que parece implicar na abertura de espaços para outras manifestações consideradas não típicas, de modo a denunciar aquilo que consideram como prejuízo (não só financeiro, mas cultural e simbólico) aos artistas e aos próprios festejos.

Bibliografia

- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Beltrão, L. (1980). *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*. São Paulo: Editora Cortez.
- Benjamin, R. (2000). *Folkcomunicação no contexto de massa*. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB.
- Lévy, P. (1999). *Cibercultura* (34a ed.). São Paulo: Editora 34.
- Marques de Melo, J. (2011). *Cidadania glocal, identidade nordestina: ética da comunicação na era da internet*. Campina Grande: Lotus.
- Recuero, R. (2014). Contribuições da Análise de Redes Sociais para o estudo das redes sociais na Internet: o caso da hashtag #Tamojuntodilma e #CalaabocaDilma. *Fronteiras - estudos midiáticos*, 16 (2), 60-77.