

**TURISMO E SOCIABILIDADES NO MAIOR SÃO JOÃO DO MUNDO:
CULTURA LÚDICO-PARTICIPATIVA DA FESTA
JUNINA EM CAMPINA GRANDE, PB**

Zulmira Silva Nóbrega¹

Resumo: Este artigo analisa o megaevento festivo denominado oficialmente de O Maior São João do Mundo, a mais expressiva celebração popular do ciclo junino da Região Nordeste do Brasil, realizada anualmente, durante todo o mês de junho, na cidade de Campina Grande, estado da Paraíba. Abordamos a realização com um olhar dirigido à sua dimensão lúdica, aspecto primordial e de alta expressividade para a caracterização e relevância do turismo de eventos festivos, que aglutina elementos estéticos e tecnológicos da indústria cultural, mas não deixa de representar aspectos das manifestações originais da cultura junino-nordestina: na exaltação da identidade regional, do pertencimento e dos valores inerentes à cidadania participativa, num modelo, portanto, do turismo de base comunitária, de modo a atender ao imaginário de visitantes e ao mesmo tempo contar com o dinâmico envolvimento da população local, configurando a peculiar cultura lúdico-participativa do Maior São João do Mundo.

Palavras-chave: Festa, turismo; cultura junina.

As festas populares do ciclo junino no Nordeste Brasileiro, entre diversas das suas características, configuram-se como programas de desenvolvimento político-econômicos das cadeias produtivas do turismo regional, além de reunir fenômenos difusos e complexos de toda a ordem, entre eles a especial sociabilidade que classificamos como um tipo de cultura cidadã lúdico-participativa, decorrente do forte envolvimento das populações locais, a exemplo do que se efetiva no Maior São João do Mundo, o megaevento festivo da cidade de Campina Grande, Paraíba. Celebração que alcança o ápice de importância entre as realizações do setor, com grandeza comprovada na diversidade, qualidade, quantidade e originalidade de suas atrações artísticas de caráter multifacetado no que tange à cultura, como também nos dados estatísticos sobre sua rentabilidade econômica, investimentos do setor público e privado, interesse da mídia, fluxo turístico e, primordialmente, a participação popular.

O evento foi institucionalizado pela Prefeitura no início em 1983. Em 1986 foi o ano de inauguração do Parque do Povo, o grandioso local de 42 mil metros quadrados

¹ Docente do curso Comunicação e Turismo da Universidade Federal da Paraíba. Doutora em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal da Bahia. E-mail: zulmiranobrega@uol.com.br.



construído especialmente para a realização da festa, com inúmeras atrações, as principais delas descritas e contextualizadas no último tópico deste artigo, incluindo algumas das muitas ocorrências que se efetivam em outros locais do município.

A política versus a cultura lúdico-participativa

A grandiosidade do Maior São João do Mundo o coloca no circuito do mundo das trocas, no âmbito do lazer, entretenimento, turismo e consumo cultural, aspectos relativos à sua dimensão econômica que o posiciona entre os megaeventos festivos públicos populares contemporâneos, realizações que experimentaram acentuados crescimentos no Brasil, principalmente com motivação monotemática. Hoje, identificadas como produtos de investimentos e ganhos financeiros de importância, movimentam muito dinheiro em sua produção, envolvendo setores produtivos rentáveis, nos moldes de bens de consumo de massa, interessando financeiramente a investidores, patrocinadores, governos, cadeia produtiva do turismo, mídia, entre outras áreas da economia. Muitos municípios têm suas grandes festas entre as principais atividades econômicas locais, como é o caso da Festa do Boi de Parintins (AM), Peão de Boiadeiro de Barretos (SP), Oktoberfest de Blumenau (SC), Carnavais da Bahia, Recife e Olinda, Festa da Uva de Caxias do Sul (RS), entre algumas outras. Logo, é natural que o interesse político, aliado ao econômico, sobre os megaeventos festivos populares, chegue à extrema primazia.

As celebrações populares brasileiras, incluindo as de temática religiosas, presentes no Brasil desde os tempos coloniais, com características do mundo rural, no transcorrer do século XX foram se adaptando aos processos de urbanização e burocratização. Hoje se encontram, adaptadas aos formatos de eventos grandiosos, com emprego de tecnologia, padrões de consumo, exploração promocional e mercantil, além de apropriação política partidária.

Há novas formas de organização e produção nas celebrações populares. Vivências que se imiscuem a práticas consumistas, aos moldes de bens de consumo de massa. Na verdade, observamos não se tratar apenas de novos tipos de festas, mas outra maneira de produção e circulação da cultura, política, economia e sociabilidade. Uma maneira de se enfrentar o intercâmbio simbólico do mundo festivo que revela um campo complexo de interfaces e transversalidades culturais, com muita atividade lúdica, mas também com

regras, divisão de trabalho, vencedores e vencidos, principalmente em relação aos ganhos políticos e financeiros, tal qual acontece com o Maior São João do Mundo.

Todavia, entre as muitas possibilidades de abordagens sobre a grande celebração junina, destacamos seus aspectos inerentes ao turismo atrelado às sociabilidades locais, as relações da comunidade campinense com a festa, mediante sua projeção como evento de consumo turístico.

Estudos do turismo na perspectiva cultural insistem na dicotomia sobre a autenticidade e o simulacro das experiências provenientes das viagens. No primeiro grupo temos muitos pesquisadores enaltecendo a atividade turística como “o meio mais nobre para conhecer, compreender, e começar amizades entre os homens e entre os povos” (LA TORRE, 1997, p. 12), tanto que Wainberg (2003, p. 45 a 57) reconhece o turismo como comunicação intercultural como “a diferença que separa o espírito e atrai o olhar” e Barreto (2000, p. 44) acredita que as manifestações culturais, apesar de comumente serem caracterizadas pela banalização de rituais, cooperam para a preservação e até a recuperação de identidades locais. Nessa visão, o turismo seria a atividade capaz de proporcionar a vivência de práticas culturais autênticas.

Já em outros entendimentos o turismo reuniria uma série de manifestações de simulacros de dependência nos lugares visitados, conforme as manifestações de consagrados pensadores, a exemplo de Morin (1997, p. 73):

O parentesco turismo-cinema afirma-se nas viagens coletivas em ônibus panorâmicos; os espectadores enfiados em suas poltronas olham através do “plexigas”, membrana da mesma natureza que o vídeo da televisão, a tela do cinema, a foto do jornal e a grande janela envidraçada do apartamento moderno.

Na mesma linha de compreensão temos Paul Virilio (1996, p. 80): “O atual turismo internacional renova ainda mais esta violência colonial com a implantação de clubes de férias ou de palácios que a partir de então aparecem em postos avançados em regiões, em sua maioria, miseráveis e hostis.”

A dualidade referente ao turismo como fator de vivência cultural – experiências autênticas ou simulacros e clichês – encontra-se como temática que faz parte do principal grupo de objetos que instigam as tentativas para avanços epistemológicos dos saberes turísticos. Sabendo da polissemia que envolve a questão, decidimos optar pela observação e análise de um aspecto diferenciado, que nomeamos como a “cultura cidadã lúdico-participativa do Maior São João do Mundo”, perceptível entre a

população campinense, caracterização que nos oferece subsídios para comprovar a potencialidade sócio-cultural e fortes laços de identidade promovidos pelo evento.

A comunidade local vive intensamente o simbolismo do ciclo junino, na moda e na decoração de espaços públicos, comércio, bancos, supermercados e residências, assim como na gastronomia e temática publicitária, pautando, também as enunciações da mídia local e regional. Nos bairros surge uma infinidade de arraiais e quadrilhas improvisadas, famílias fecham as ruas para acenderem suas fogueiras e se divertirem evitando a enorme aglomeração do Parque do Povo. Isso não acontece em todos os 30 dias de festa tal qual no perímetro principal das celebrações, mas a existência da marcante cultura junina é fato comprovado. O cotidiano urbano e a lógica racional são subvertidos, no quadro que consideramos, com inspiração nos entendimentos de Marcuse (1968, p. 156 a 173), como de resistência à “repressão cultural e social” e ao “princípio de desempenho”; como também à égide impositiva da razão teórica e prática, obrigando ao homem a canalização de sua energia para o trabalho e a produtividade, impedindo-o de viver plenamente na associação de sua vida com a estética e de utilizar espontaneamente “suas faculdades ‘superiores’ e ‘inferiores’, sensualidade e intelecto, prazer e razão”.

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

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

Os signos temáticos populares presentes, tais como a religiosidade, tradições, usos, costumes e demais bens culturais expressos na arte e na estética, têm enorme significado para as pessoas que brincam. Recrudescem os sentimentos de pertencimento e identidade já latentes de forma intrínseca. Daí as motivações para o povo conseguir o domínio simbólico da grande festa campinense, promovendo, segundo o entender de Itani (2003) “celebrações à alegria e à vida”. Que chegam a se sobrepor aos interesses políticos e mercantis e têm firme presença.

No caso, devemos particularmente observar que assim como as demais grandes festas populares que pululam por todo o país, que O Maior São João do Mundo é de organização e execução dependente de investimentos do poder público constituído e de grandes empresas. Por isso, sua condição inequívoca de mercadoria do circuito do mundo das trocas na política, economia, turismo e mídia, com retornos significativos para agentes dominantes desses setores.

Entretanto, o público opta por privilegiar suas sensibilidades às interferências políticas e econômicas, para seu imaginário questões incômodas, porém necessárias, que, de qualquer forma, não chegam a influir na sua decisão para o acesso ao prazer da celebração em seus diversos atos de risos, prazeres e alegrias. Os campinenses, então, estabelecem a sobreposição da dimensão lúdica sobre as outras, com apropriações tanto no plano simbólico (“a festa é do povo”) quanto no material, conforme as linhas de ligação entre o lúdico e as ocorrências das demais esferas do evento.

Os signos temáticos populares do Maior São João do Mundo, tais como a religiosidade, tradições, usos, costumes e demais bens culturais expressos na arte e na estética, têm enorme significado para as pessoas ao tocar na emotividade das pessoas relativa às questões de pertencimento, memória e identidade, passaporte popular para se conseguir o domínio simbólico do evento, disputa fácil e naturalmente vencida diante à constatação de ser o povo quem realmente faz a festa.

Entretanto, não há derrota para os interesses políticos. Com o reconhecido e propalado sucesso do evento, seus objetivos são conseguidos. Vozes oficiais argumentam que os públicos despendidos se justificam pela festa ser um programa de política cultural, apesar da indisfarçável intencionalidade publicitária partidário-eleitoreira com o intuito de visibilidade,

É inegável que o Maior São João do Mundo impressiona com as cenas da TV mostrando cerca de 80 mil pessoas se acotovelando para assistir aos megashows realizados no principal ponto de exposições artísticas, o grande palco do Parque do Povo,

dançando, vibrando e aplaudindo seus ídolos. Isso simboliza que o caráter espetacular do evento é perfeitamente aceito e assimilado pelo público, como motivação para arroubos de ufanismo e orgulho de muita gente por pertencer à terra que promove tão grandioso evento, cujos requintes de “espetacularização”, parece ser condição *sine qua non* para seu sucesso popular, um signo de exaltação à cultura e a identidade regional, conforme define Velho (1994, p. 64):

Há bastante fluidez nos níveis de cultura de acordo com os traços da sociedade moderno-contemporânea que, com os avanços tecnológicos comunicacionais, passam a sofrer transformações alterando os costumes, os hábitos e os padrões de interação da sociabilidade.

As questões de pertencimento e de identidade acabam prevalecendo e todos fazem questão de que o Maior São João do Mundo continue no topo do ranking das celebrações do ciclo junino. Proporcionando a Campina Grande ser tão poderosa no campo simbólico festivo da mídia e do imaginário dos brasileiros quanto Salvador e Recife (carnavais), Caxias do Sul (Festa Nacional da Uva), Blumenau (*Oktoberfest*), Barretos (Festa de Peão de Boiadeiro), Parintins (Festa do Boi), Belém (Festa do Círio de Nazaré), entre outras.

Como o lúdico festivo decide

Há muita gente que vem de longe para se envolver com o Maior São João do Mundo. Turistas de primeira viagem, muitos voltando sucessivas vezes em virtude de sua identificação com a festa, além de um grande número de migrantes que trabalham no sul e sudeste do país e aproveitam para gozar suas férias no mês de junho, vindo passar o São João “em casa”, na Paraíba, ver a família, matar as saudades de parentes e amigos e curtir a mega festa campinense. Isso valer dizer que o “o homem tribal” do evento vem exatamente em busca daquele lugar específico, com marcas de atratividade turística, identitárias, históricas, memoriais e culturais, e até familiares.

As estruturas de reprodução das representações artísticas do Maior São João do Mundo expõem não apenas as enunciações da indústria cultural, mas também um rico e variado complexo de expressões da cultura popular nordestina, as quais, mediante sua força simbólica inerente às questões humanísticas de identificação cultural e pertencimento, possuem grande força para desencadear os processos de participação, inspiradores e estimulantes para os atos festivos. Nesse sentido, a mostra de expressões

culturais tradicionais seria uma forma de recuperação de representações que se diluem no tempo, uma oportunidade para o conhecimento de representações antigas tradicionais para quem nunca as viu, caso dos públicos mais jovens e turistas, por exemplo.

Há uma motivação comum determinante. Todo o município de Campina Grande interage diretamente com as festividades juninas, tanto que percebemos o fato de o envolvimento popular no decorrer dos anos ter formado uma sociabilidade participativa específica do Maior São João do Mundo. Deflagrada pela percepção das representações de tempos passados, porém adaptados às linguagens do presente, sabendo do poder de significação dos símbolos tradicionais, mesmo vistos com olhares contemporâneos. A atração identitária e o entrelaçamento cultural entendem e aceitam os desdobramentos evolutivos, inclusive a parafernália tecnológica e as teias culturais industrializadas.

As festas populares em geral desenham um novo quadro social comunitário das cidades onde as folias acontecem, lugares com outra paisagem física e social diferente da vista costumeiramente no dia a dia comum, como se fossem bairros novos e portáteis, surgidos em dias anteriores dos dias de folia, montados para atender multidões consumistas, compostas por pessoas de lugar nenhum. Ou então de um mesmo lugar, afinal, já que, do ponto de vista psicológico e cultural, considerando sua motivação comum, todos têm o mesmo interesse.

Com o Maior São João do Mundo é diferente, o Parque do Povo não é visto como um bairro novo, portátil, mas sim como um ícone de Campina Grande, incrustado no imaginário comunitário. Comportamento sociocultural que leva, a partir das vésperas do evento, ao despontamento mais efervescente do espírito participativo e envolvente do povo, percebido na energia das pessoas e na concretização material dos diferentes atos inerentes à celebração lúdico-festiva, que se revela como fator decisivo para a magnitude dos festejos.

Os parâmetros estruturais do evento, com altos investimentos financeiros, aparato estrutural e tecnológico superlativos, conforme modelos da “industrialização cultural massiva”, também se aplicam às performances artísticas e estéticas da cultura popular junino-nordestina. O povo que faz a festa em estado efervescente com as representações da indústria cultural, principalmente ao aplaudir os shows do grande palco, da mesma forma se jubila com “as benesses políticas”, que abre espaços para as manifestações regionais. Daí cantores e bandas do cancioneiro nordestino também se apresentarem no palco principal, havendo ainda a presença de outros nomes não tão famosos em diversos pontos do Parque do Povo dividido em espaços cenográficos com

representações cênicas de temas da cultura nordestina: história, tradições, usos e costumes, representações do cotidiano e do modo de vida tradicional. Expressões supervalorizadas pela interação dos visitantes, demonstrando que a força do espírito do lúdico corresponde às propostas das enunciações da cultura popular regional, num estágio em que o envolvimento e a diversão aceitam as propostas simbólicas de “autenticidade cultural”, por causa de seus processos emotivos derivados do imaginário de pertencimento e identidade.

As ocorrências em espaços diferenciados, cada um deles exercendo o papel de “ilha independente” e com cenografia própria e harmônica, em função de suas respectivas manifestações artísticas e utilização festiva por parte dos frequentadores, contemplam a multiplicidade de representações artístico-estéticas, lúdico-festivas, etílico-gastronômicas e sócio-culturais. Todas com a eficiência de, *per se*, atropelar as questões relativas às políticas de relações de poder e de capital inerentes, que ficam à margem das necessidades de convívio humano eclético, relacionando os fatos culturais e as classes sociais, conforme as célebres visões de Weber (2005). De modo que prevalece o forte apelo popular baseado em crenças religiosas e tradições, inclusive no que tange à memória do homem nordestino rural, e os elementos simbólicos de seu modo de vida e motivação espiritual, a justificativa temática da festa.

As montagens cenográficas de casas de fazenda mostram virtualmente, em performances teatrais, o modo de vida rural doméstico; a casa com móveis rústicos, utensílios domésticos típicos e tradicionais, o fogão à lenha, o pilão à disposição dos visitantes para fazer sua própria paçoca; a casa de farinha funcionando a pleno vapor com mãos ágeis e calejadas, desde a ralação da mandioca até a torrefação final, oferecendo o produto puro e original. Os mangais pendurados junto às selas dos cavalos e demais apetrechos imprescindíveis para a lida com o gado também estão ali, assim como os próprios vaqueiros, com sua indumentária típica, gibão (casaco) e calças de couro, botas com esporas brilhando e chapéu de cangaceiro, contando suas aventuras. A caatinga, o curral de gado e a capela também têm suas representações, além de haver a réplica da Vila Nova da Rainha, com a igreja e o singelo casario que representam as construções antigas da cidade. Tais cenografias conseguem alcançar notória relevância memorial, induzem o emotivo dos visitantes e a natural interatividade que é reforçada por jogos e brincadeiras típicos, entre eles, a corrida de jegue, o quebra-panelas e o pau de sebo.

Quantidades impressionantes de barracas de comida e bebida garantem a exagerada oferta gastronômica regional. Cardápios mais globalizados e comuns não são dispensados, assim como a grande e variada oferta ética, de acordo com os parâmetros comuns de toda grande celebração popular. Na edição do evento no ano de 2007 foram armados 91 quiosques, pequenas barracas medindo 2,20 x 2,20 metros; 64 pavilhões, as barracas mais nobres, em diferentes tamanhos; e 106 barracas mais simples e populares medindo 3 x 6 metros, em cada uma das barracas a presença de 12 mesas, onde eram servidos caldinhos e tira-gostos variados, produtos de menor preço.

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

Muitas barracas de comidas e bebidas aumentam sua atratividade com áreas suficientes para abrigar pistas de danças para o indispensável forró pé de serra com tocadores ao vivo.

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

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

lúdico de dançar. Por isso, ser realmente impressionante o número incomensurável de casais “arrastando o pé” ao mesmo tempo, em toda festa junina popular.

O império do forró fica registrado também na maior atração do Maior São João do Mundo fora dos limites do Parque do Povo, no concorrido *Trem do Forró*, atração realizada durante o período diurno, com uma composição ferroviária percorrendo o trecho de 24 quilômetros, computando-se ida e volta, entre Campina Grande e o pequeno e próximo distrito de Galante. Num passeio turístico em que a principal atividade é dançar forró nos vagões enquanto o trem faz os percursos.

Em Galante os passageiros são recebidos por quadrilhas juninas, cujos componentes, no final das apresentações tiram os visitantes para dançar, logicamente, o forró. Com essa descrição comprovamos, novamente, o real envolvimento das comunidades além dos limites espaciais do principal lugar do evento.

Os arraiais do Parque do Povo com a típica e colorida decoração, valorizados ainda por sistemas de iluminação especial, são montados para a apresentação de mais de 400 quadrilhas juninas, não apenas de Campina Grande e de outras cidades da Paraíba, como também de outras cidades do Nordeste, destacando-se o amplo e imponente arraial central, onde é realizado o concurso das principais quadrilhas, aquelas que pela estrutura e organização são selecionadas para competir. A mídia, genericamente, ao avaliar o alto grau de criatividade, teatralidade e performances coreográficas dessas quadrilhas, afirmam que sua sofisticação organizacional chega a se aproximar a de uma escola de samba do Rio de Janeiro.

O que seria das grandes festas populares se não fosse a mídia? Colocamos tal indagação para reforçar a questão do lúdico competitivo, o jogo manifesto em simbolismos intensamente sobreposto pelas intervenções midiáticas. Da mesma forma que as enunciações jornalísticas criam ou exacerbam as célebres rivalidades esportivas, a exemplo de Palmeiras e Corinthians, Fla-Flu (Flamengo e Fluminense), Bahia e Vitória, além de muitas outras, promovem também as principais festividades do país. Há estatísticas que indicam cerca de 2 milhões de participantes no carnaval de Salvador, cerca de 2 milhões no Maior São João do Mundo de Campina Grande assim como no Círio de Nazaré, mas quantos visitantes virtuais na condição de telespectadores esses eventos recebem?

Independentemente das entusiastas enunciações jornalísticas registramos que a cada ano as quadrilhas juninas procuram incrementar ainda mais suas apresentações, apesar de haver regras que impõem limites para preservar algumas tradições, tais como

a obrigatoriedade de “quadrilheiros” acompanhados de seus respectivos pares, ou seja, dançarino desacompanhado não é permitido, com exceção para o “padre”, sendo que o casal de noivos também não pode faltar, imposição de um número máximo de componentes e de tocadores e cantores ao vivo. Mas no vestuário já foram abolidas os simples e tradicionais vestidos de chita das mulheres, as calças rancheiras e as camisas listradas com remendos e chapéus de palha para os homens, abrindo lugar para um guarda-roupa mais luxuoso e criativo. A ousadia e criatividade também se fazem presentes na coreografia e na música, sendo que alguns grupos se apresentam com seu respectivo “forró enredo”, e já se tornou comum, na parte introdutória da dança, a teatralidade inerente aos temas das quadrilhas, com montagem rápida de cenários portáteis, personagens, bonecos e peças decorativas. Tudo para incrementar e causar maior impacto espetacular.

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

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

Referências

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

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

BARRETO, Margarita. *Turismo e Legado Cultural*. Campinas (SP): Papirus, 2000.

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

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

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

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

_____. *Para sair do século XX: volume 1 - neurose*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1986.

RUBIM, Antonio A. Canelas. *Espetáculo*. _____ (org.). *In: Cultura e atualidade*. Salvador: EDUFBA, 2005.

RUBIM, Linda. *Produção Cultural*. _____ (org.). *Organização e produção da Cultura*. Salvador: EDUFBA, 2005.

VELHO, Gilberto. *Projeto e metamorfose: antropologia das sociedades complexas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

VIRILIO, Paul. *A Arte do Motor*. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

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

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