

O PAU DA BANDEIRA ENTRE A ESPETACULARIZAÇÃO MUDIÁTICA E A SUSTENTABILIDADE

Josuel Mariano da Silva HEBENBROCK¹
Universitt Pompeu Fabra / Barcelona - Espanha

Toda festa, mesmo quando puramente laica em suas origens, tem certas características de cerimonia religiosa, pois, em todos os casos ela tem por efeito aproximar os indivíduos, colocar em movimento as massas e suscitar assim um estado de efervescência, às vezes mesmo de delírio, que não  desprovido de parentesco com o estado religioso. (...) Pode-se observar, também, tanto num caso como no outro, as mesmas manifestaes: gritos, cantos, músicas, movimentos violentos, danças, procura de excitantes que elevem o nível vital etc. Enfatiza-se frequentemente que as festas populares conduzem ao excesso, fazem perder de vista o limite que separa o lícito do ilícito. (DURKHEIM, 1968:547-8).

Resumo

Muitos autores costumam pensar as festas populares como uma forma de restabelecer a ordem ou neg-la. Este artigo propõe pensar como os fenmenos da espetacularizao e da midiaticizao influenciam na sustentabilidade e conseqüentemente na manuteno de uma identidade coletiva. O artigo ora apresentado discute embasado em diversas correntes de pensamentos, as quais são representadas por diversos autores como: Guy Debord (2001), Jean Baudrillard (1995), Benjamin (1982), Gomes (1996), Colling (1998) e Albuquerque (1992), como a sociedade contemporânea pode sobreviver sem a representao e as mediaes das imagens. Ao lançar um olhar crítico sobre a festa de Santo Antônio, desde o ponto de vista econmico, midiático, cultural e sociológico, cabe aos *Flâneurs* barbalhense escolher que tipo de festa eles gostariam de deixar para suas próximas geraes, uma Festa de Santo Antônio ou uma Festa alegórica do Pau da Bandeira?

Palavras Chave: Festas Populares; Espetacularizao; Santo Antônio; Mediao; Sustentabilidade.

INTRODUO

As festas populares por apresentarem diversos aspectos como objeto de investigao das Ciências Sociais vêm sendo estudadas por diversas correntes de pensamentos, como a fenomenologia de Edmund Husserl (1976), as teorias críticas de Debord (1997), Baudrillard (1995), Schwartzberg (1978) e Lipovetsky (1989) dentro da perspectiva do espetáculo. No âmbito da Folkcomunicao de Luiz

¹Doutor em Comunicao Política pela Universitt Pompeu Fabra-Barcelona/Espanha e Pesquisador Associado do Instituto de Estudos da África – UFPE – Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: mariano.hebenrock@gmail.com

Beltrão (2004) e do diluidor de suas ideias Marques de Melo (2008), as festas populares podem ser vistas pela ótica dos processos comunicacionais e por diferentes ângulos, como o apresentado por Castells (2016) em 'A Sociedade em Rede'. Apesar das festas populares serem investigadas dentro de um caráter interdisciplinar, vários autores continuam tematizando a noção de festa como propiciadora do restabelecimento da ordem ou negação dela. Inúmeros autores, como: George Dumézil, Roger Caillois, René Girard e George Bataille, entre outros, sempre seguiram as mesmas linhas reflexivas de Émile Durkheim, o qual desde 1912 apresenta linhas muito tênues entre os rituais e as festas. Para este pensador francês, os limites que separam os ritos representativos das recreações coletivas são flutuantes e afirma que uma característica importante de toda religião é exatamente o elemento recreativo e estético. (DURKHEIM, 1968: 542-544).

Apenas Duvignaud (1983) radicaliza a teoria da festa, vendo nela não uma tentativa de regeneração ou um modo de reafirmação da ordem social vigente, mas a ruptura, a anarquia total, o poder subversivo, negador, da festa. De seu ponto de vista, o poder da festa não é exclusivo de algumas culturas, mas perpassa todas elas, como um grande destruidor. Na visão deste autor, esta capacidade está sendo vivenciada devido o modo de produção capitalista e pelo crescimento industrial. Maffesoli (1985) chama esse fenômeno de esfacelamento das festas que é decorrente do utilitarismo contemporâneo.

A pesquisadora em antropologia social Rita Amaral (1998) afirma em seu artigo, 'As mediações culturais das festas', que estes autores supracitados², ao se reportarem a decadência das festas, referem-se a estudos de sociedades simples e não a complexas como a brasileira. Para ela, as primeiras, ao entrarem em contato com sociedades que privilegiam o sistema capitalista, industrial, foram induzidas a levar ao abandono de algumas tradições. Em relação às segundas, Amaral não percebe esta decadência, ao contrário:

cada vez surgem mais e mais motivos para se festejar todo tipo de coisas e modos de fazê-lo. Sendo [o Brasil]³ um país em pleno desenvolvimento capitalista deveria, segundo os pressupostos de Duvignaud, estar vivendo a decadência da festa. No entanto o que acontece é exatamente o contrário. Pode-se notar, certamente, o empobrecimento de algumas festas da atualidade quando comparadas com as que se realizavam no século passado e começo deste (como as de Reis e do Espírito Santo, por exemplo, que eram

² Refiro-me aos, George Dumézil, Roger Caillois, René Girard e George Bataille.

³ Grifo do Autor.

mais pomposas), especialmente nos aspectos estéticos e alimentares. (AMARAL, 1998:15).

Amaral conclui que atualmente as festas crescem em todos os sentidos (participação e luxo, por exemplo) e as "elites" voltam a elas, sendo comum vê-las nos carnavais e forrós. E é preciso notar, também, o enriquecimento de outras festas, que foram adquirindo muito em símbolos e riqueza com o passar do tempo, como é o caso da maior festa brasileira, o Carnaval ou ainda o São João Nordestino.

Após esta breve explanação, esta comunicação propõe pensar como uma festa que está registrada no Programa Nacional do Patrimônio Imaterial (PNPI) e que se tornou há três anos patrimônio imaterial pelo Iphan (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), estando a mesma em via de secularizar-se, pode sobreviver entre a espetacularização midiática e a sustentabilidade sem perder sua identidade cultural. Para isto, no segundo tópico será apresentado o pensamento da escola francesa sobre o conceito de espetacularização, cujo, divergi da forma vista por alguns comunicólogos da UFBA (Universidade Federal da Bahia), defensores do entendimento americano.

O ponto três introduz a Festa do Pau da Bandeira como produtora de memória, portanto, de identidade dentro do tempo e dos espaços sociais, envolvendo a presença e a participação concreta de um determinado coletivo, que se agregam e se articulam em torno de um objetivo seja este, sagrado ou profano, gerando identidades. No quarto apartado será discutido como a Festa do Pau da Bandeira vem se comportando dentro do ambiente midiático e se sua exposição a este universo implica em sua sustentabilidade. Por último será apresentada as considerações finais.

ESPETACULARIZAÇÃO: UMA INCONSONÂNCIA CONCEITUAL DE APLICABILIDADE

As ideias se aperfeiçoam. O sentido das palavras também. O plágio é necessário. O avanço implica-o. Ele acerca-se estreitamente da frase de um autor, serve-se das suas expressões, suprime uma ideia falsa, substitui-a pela ideia justa. (GUY DEBORD, 2003:12).

Como seria uma sociedade sem representação e mediação das imagens? Para muitos comunicólogos ocidentais seria impensável viver em uma sociedade no século XXI, onde o espetáculo estivesse dissociado da política^{4,5}. Até aí tudo bem! Não vemos nenhuma

⁴O *Espetáculo Político* se refere às atividades políticas que se oferecem ao olhar de um público espectador, como instrumento de análise o espetáculo político designa uma situação na qual o fato de algo ser mostrado para um público espectador se torna crescentemente interpretado como prévia condição da sua importância política. (ALBUQUERQUE: 1992,3).

divergência de pensamento em relação à colocação de posicionamento do espetáculo em Guy Debord (2003), para o qual em seu livro podemos encontrar várias definições de que o espetáculo está em todos os lugares, porque para ele os homens deixaram de viver a vida diretamente e tornaram-na uma representação. O espetáculo estando em todos os lugares e em todos os setores da sociedade, conseqüentemente estará também na política, certo!! Ele afirma que o que era vivido diretamente tornou-se representação, formulação esta bastante importante para se entender o pensamento debordiano. “No espetáculo, uma parte do mundo se representa diante do mundo e lhe é superior. O espetáculo nada mais é que a linguagem comum dessa separação” (DEBORD, 1997:23). Na interpretação deste autor a representação é superior ao mundo real.

Para Debord, esta inversão do real é um produto e, ao mesmo tempo, a realidade vivida é materialmente invadida pela contemplação do espetáculo. Este pensador explica que o fenômeno da espetacularização criou uma forma de sociedade em que a vida real é pobre e fragmentada, e os indivíduos são obrigados a contemplar e a consumir passivamente as imagens de tudo o que lhe falta em sua existência real. Outro pensador francês que compartilha do mesmo pensamento é Roger-Gérard Schwartzberg. Em relação à política, ele afirma que outrora ela era feita de ideias e hoje é de pessoas, personagens e que cada ator político parece escolher desempenhar um papel, assim como em um espetáculo teatral. “Doravante, o próprio Estado se transforma em empresa de espetáculos, em produtor de espetáculos. A política se faz, agora, encenação.” (SCHWARTZENBERG, 1978:1). Esta mesma afirmação é contestada pelo próprio autor ainda em seu livro, ‘O Estado Espetáculo’, quando ele afirma que os tiranos que surgiam nas cidades gregas entre os séculos VII e VI a.C. já utilizavam festas populares em benefícios de suas propagandas políticas.

Em Roma, a população desocupada vivia de distribuições gratuitas de pão, azeite e vinho. Entregue à ociosidade, ela poderia reunir-se em aglomerações sediciosas. Era melhor, portanto, distraí-las. Em certos anos, os dias de festa chegavam a 175. Aliás, cada imperador tentava superar seu antecessor. (SCHWARTZENBERG, 1978: p.128).

O francês Jean-Marie Apostolidès (1993) estudou o espetáculo na monarquia e afirma que no século XVII o espetáculo possuía uma função de deslumbramento: atrai e dissimula ao mesmo tempo. Ele chama de Rei-maquinista e Rei-maquina. No primeiro reinado, o espetáculo toma as ruas em linha reta, já no segundo, o espetáculo é

⁵O *Espetáculo Político* é como uma grande encenação teatral. Schwartzberg defende que a personalização do poder, a teatralização da vida pública, esta política-artifício vive de insinceridade, de sentimentos falsos, forçados ou fabricados. (SCHWARTZENBERG: 1978, 284-285).

produzido em círculo, demonstrando uma separação entre a sociedade civil e a representação do Estado. Apostolidès explica que quando o círculo se fecha muitos espectadores só têm direito à imagem da imagem, a cópia, estando o original confiscado pela minoria nacional. Outro defensor da ideia de Debord é o Jean Baudrillard, cujo afirma que tudo foi reassumido pela lógica do mercado e não apenas isso, porém que todas as necessidades se encontram objetivadas e manipuladas em termos de lucro, mas ainda no sentido mais profundo de que tudo é espetacularização, quer dizer, evocado, provocado, orquestrado em imagens, em signos, em modelos consumíveis.



Fig.1 e Fig.2: Imagens da festa Pau da Bandeira. Em: www.google.com/search?q=pau+da+bandeira. Acesso em: 19 de Junho de 2018

Entre tantos pensadores franceses que censuram a espetacularização, surge uma voz destoante, a do filósofo Gilles Lipovetsky (1989). Este filósofo acredita que ainda é possível se comunicar e raciocinar e que na condição de espectadores não somos insignificantes. Para ele, o desenvolvimento do raciocínio individual passa cada vez menos pela discussão entre indivíduo e cada vez mais pelo consumo e pelas vias sedutoras da informação.

Entre os defensores do espetáculo no mundo ocidental contemporâneo e a mediação das imagens podemos citar o professor da UFF-Universidade Federal Fluminense, Afonso de Albuquerque (1992), para o qual a espetacularização não é algo da sociedade contemporânea. Em seu livro, 'O conceito de espetáculo político', ele cita Clifford Geertz, o qual apresenta o uso do espetáculo na política balinesa. O professor da UFBA, Leandro Colling (1998), em seu artigo, 'O conceito de espetáculo e o telejornalismo. A seca e os Saques do Nordeste no Jornal Nacional e as Eleições de 98' afirma que não há como ver o mundo contemporâneo sem a mediação pelas

imagens, sem a representação que ele [Guy Debord]⁶ tanto critica. Para Colling isto só seria possível em uma sociedade de outro tempo histórico, porém não na contemporânea, até por que, a realidade é feita e apresentada na convivência física e na vivência existente no mundo virtual. Por isso, Albuquerque deixa claro que o uso contemporâneo do espetáculo político apresenta uma característica especial em nossa sociedade. “O espetáculo político não é apenas um veículo portador de significação que já se encontra estabelecido, mas vem se constituindo, em si mesmo, como um princípio organizador muito importante da vida política.” (ALBUQUERQUE, 1992:11).

Outro pensador da UFBA, o professor Wilson Gomes usa o conceito de representação para entender o que é espetáculo. “O espetáculo está na ordem do ficcional e a representação é o objeto da poética, entendida aqui como a produção de emoções no ânimo do espectador.” (GOMES, 1995: 12). Na visão de Gomes, para se obter êxito, quem representa deve dominar alguns recursos específicos, como a composição do enredo, a caracterização dos personagens, as linguagens, o ritmo, a melodia, o cenário. Colling (1998), ao analisar grandes partes desses autores, conclui que eles são unânimes em acreditar que o espetáculo político é ou pelo menos contém fortes doses de representação, de simulação e de teatralização. O ponto de divergência encontra-se nos efeitos que essa representação gera na sociedade e na política. Para este autor, torna-se impossível viver em uma sociedade sem a representação e as mediações das imagens.

A espetacularização também é objeto de estudo de outro pesquisador da UFBA, o professor Antônio Albino Canelas Rubim (1996), o qual apresenta o espetáculo como necessidade da política contemporânea para transitar no espaço virtual e se tornar visível. Rubim explica que nem todos os atores políticos recorrem a espetacularização para dar visibilidade ao objeto, porém os atores podem utilizar de recursos para produzir o que ele chama de “efeito da mídia”. Para conseguir este efeito, além do uso do espetáculo, há outras formas. Entre elas, a adequação à gramática telecomunicacional, aproximação às lógicas mediáticas de representação da realidade-mundo, investimentos em critérios de noticiabilidade e na radicalização de contrastes inscritos na realidade.

Leandro Colling em seu artigo já citado conclui que:

Não podemos acreditar que o espetáculo sempre torna o espectador mero agente passivo da história. Pelo contrário, às vezes, o espetáculo pode causar fortes reações nas pessoas, motivando-as a serem atores

⁶ Grifo do Autor.

na sociedade, participando e intervindo em várias questões. (1998:67).

Para este autor é preciso deixar claro que nem tudo o que circula no ciberespaço é espetáculo. “O espetáculo é apenas um dos muitos recursos que as pessoas podem usar para transitar nele.” (COLLING,1998:68). Na visão de Castells (2016), o mundo virtual na contemporaneidade facilita a construção do espetáculo, devido à grandiosidade da plataforma e a possibilidade deste ser acionado sempre que os atores estiverem em cena.

FESTAS POPULARES COMO PATRIMÔNIO IMATERIAL

A missão de carregar passei para o meu filho. Sou devoto e já alcancei não apenas a graça do casamento, mas diversas graças na minha vida por causa da fé nele. Essa festa é uma grande confraternização. Somos todos irmãos e com certeza vou ensinar isso para os meus netos. (Carregador, Joel Freitas, entrevista concedida em 02 de julho de 2010).

Historicamente pode-se afirmar que internacionalmente o patrimônio cultural se consolida após a Segunda Grande Guerra com o objetivo de salvaguardar patrimônios que poderiam ter sobrevivido após este acontecimento. Até o momento não se pensava no patrimônio imaterial, o qual passou a ser observado a partir de 1972, com a convenção de Estocolmo e chegando a sua consolidação em 1985, com a declaração do México. Entender como uma festa popular se torna patrimônio imaterial da humanidade, de um país ou de uma cidade, requer uma compreensão sobre os diálogos travados entre os âmbitos federal e estadual com as convenções internacionais que legislam sobre o assunto. A partir do momento em que a UNESCO reconheceu alguns bens culturais latino-americanos como patrimônio da humanidade, iniciou-se na região uma adoção mais concreta da convenção de 2003, demonstrando uma sintonia entre a UNESCO e as políticas públicas da América Latina.

Guarinello (2001) afirma que a festa é num sentido amplo, produção de memória e, portanto, de identidade no tempo e nos espaços sociais. Para efeito de análise, é preciso compreendê-la como um elemento constitutivo do modo de vida especificamente popular, como uma catarse controlada que se regula tanto pela vida profissional como pela manifestação festiva sem afetar a coesão social, como um produto do cotidiano que suspende o tempo social e cronológico.

Destaca-se que cada cultura gera seu próprio sistema de valores, determinando seu patrimônio cultural, através do qual o povo reconhece-se a si mesmo em sua identidade cultural, em sua memória coletiva formada pela sua história e nos traços sociais manifestados na vida cotidiana. Nesse contexto, inserem-se as festas populares como formas particulares de um povo demonstrar sua fé, sua alegria e confraternização no espaço público, pois, enquanto práticas culturais caracterizam uma sociedade, realçando o sentimento de identidade comum aos membros de um grupo.

As festas populares envolvem a presença e a participação concreta de um determinado coletivo, que se agregam e se articulam em torno de um objeto sagrado ou profano gerando identidade. As festas podem estar associadas à civilidade, reproduzindo lutas, rendendo homenagens a heróis ou personalidades; podem estar associadas à religiosidade, como as litúrgicas ou em homenagem aos santos, ou até mesmo ser religiosas e profanas simultaneamente.

A Festa de Santo Antônio, também conhecida como A Festa do Pau da Bandeira, é uma realização da igreja e das elites locais, na qual são priorizados os aspectos rituais da liturgia cristã e a manutenção dos valores da propriedade de bons costumes.

Sobre o papel da igreja, na festa de Santo Antônio, a fala do Pe. Renato Simoneto⁷, que esteve à frente da matriz de Barbalha por quinze anos, esclarece o sentido sagrado da festa:

A festa não é algo recente! Existe um documento na Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro que nos faz uma referência à festa de número 299. A festa de Santo Antônio em uma cidade predominantemente católica tem outra conotação. A festa focaliza o santo, porém o santo, não é o fim, o santo é o meio, pois, pela devoção ao Santo Antônio, o devoto volta-se cada vez mais à realidade que é Jesus, ou, se quiserem em uma maneira mais generalizada, volta-se para Deus. A festa em si é apenas uma celebração anual, querendo voltar-se a uma visão mais ampla e o objetivo é a nossa fé.

Em outros termos, para o Pe. Simoneto, a festa é uma forma específica de materialização de uma fé, mesmo ela assumindo em vários momentos, na sua essência, a força da comunicação simbólica. Essa mistura entre o sagrado e o profano pode ser observada, teoricamente, logo abaixo, a partir de aspectos como: a carga emocional, o lúdico, o mágico, a socialização:

(...) toda festa, mesmo quando puramente laica em suas origens, tem certas características de cerimônia religiosa, pois, em todos os casos ela tem por efeito aproximar os indivíduos, colocar em movimento as

⁷Pe. Renato Simoneto, entrevista concedida em 20. junho de 2010 para a produção do vídeo “Mãos Sãs, Corpos Sãos.”

massas e suscitar assim um estado de efervescência, às vezes mesmo de delírio, que não é desprovido de parentesco com o estado religioso. [...] Pode-se observar, também, tanto num caso como no outro, as mesmas manifestações: gritos, cantos, música, movimentos violentos, danças, procura de excitantes que elevem o nível vital etc. Enfatiza-se frequentemente que as festas populares conduzem ao excesso, fazem perder de vista o limite que separa o lícito do ilícito (DURKHEIM, 1968: 547-8).

Em Durkheim, três elementos já podiam ser notadamente verificados nos estudos sobre a festa: “a transgressão das normas sociais”, “a coesão do grupo social” e “a produção de um estado de efervescência coletiva”. Nesse sentido, na Festa do Pau da Bandeira de Santo Antônio ou “Pau de Santo Antônio”, percebe-se haver uma participação massiva das camadas mais populares: mestres de obras, homens trabalhadores, executores de atividades simples, tais como: feirantes, topiqueiros, homens do campo, etc.

PAU DA BANDEIRA NO AMBIENTE MIDIÁTICO E DA SUSTENTABILIDADE

Nosso tempo, sem dúvida... prefere a imagem à coisa, a cópia ao original, a representação à realidade, a aparência ao ser... O que é sagrado para ele, não passa de ilusão, pois a verdade está no profano. Ou seja, à medida que decresce a verdade a ilusão aumenta, e o sagrado cresce a seus olhos de forma que o cúmulo da ilusão é também o cúmulo do sagrado. (FEUERBACH, 2007:45).



Fig.3 e Fig.4: Imagens da divulgação da festa de Pau da Bandeira. Em: www.google.com/search?q=pau+da+bandeira+imagens&tbm. Acesso em: 19 de Junho de 2018.

A citação acima, do filósofo alemão Ludwig Andreas Feuerbach datada do século XIX, para quem ler e faz uma alusão, a atual festa do Pau da Bandeira de

Barbalha imagina se tratar do mesmo espaço de experiência. O historiador alemão, Reinhart Koselleck⁸ em sua célebre obra *Futuro passado* (1979), desenvolveu uma singular perspectiva de que cada presente não apenas reconstrói o passado a partir de problematizações geradas na sua atualidade – como propunham os Annales⁹ e outras correntes historiográficas do século XX – mas também de que cada presente ressignifica tanto o passado, como o futuro. Mais ainda, para Koselleck, cada presente concebe também de uma nova maneira a relação entre futuro e passado, ou seja, a assimetria entre estas duas instâncias da temporalidade. É justamente neste jogo temporal que surge e se imbrica a sociedade pós-industrial ou também conhecida como sociedade da informação¹⁰ no período entre guerra (1933) pelo então economista austríaco-americano, Fritz Machlup. A sociedade informacional como prefere Castells.

(...) está ligada à expansão e reestruturação do capitalismo desde a década de 80 do século que termina [Séc. XX]. As novas tecnologias e a ênfase na flexibilidade – idéia central das transformações organizacionais – têm permitido realizar com rapidez e eficiência os processos de desregulamentação, privatização e ruptura do modelo de contrato social entre capital e trabalho característicos do capitalismo industrial. (CASTELLS, 2016: 32).

É neste emaranhado de mudanças que as festas populares na visão de Marques de Melo (2008) tornaram-se objetos de desejos do mundo comunicacional. De Melo declara que é natural, que a mídia massiva inclua em sua agenda cotidiana tais expressões da cultura popular. Para ele trata-se de uma maneira de atender às demandas das novas audiências, ou seja, o consumo de produtos culturais da classe tardiamente inserida e, ao mesmo tempo, de corresponder ao interesse das audiências situadas nas classes privilegiadas (altas e médias).

Como toda festa é um ato coletivo, ela supõe não só a presença de um grupo, mas, também, sua participação, o que diferencia a festa do puro espetáculo. Por esta razão é que certos acontecimentos, como os festivais, os shows, etc, não podem ser considerados como festas *stricto sensu*. Para Rita Amaral (1998), o critério da participação parece ser fundamental na definição das festas e, historicamente, negociações de vários tipos, entre diferentes classes sociais, estamentos, gêneros, etc., têm sido realizadas a fim de obter maior adesão às festas. Uma festa com pouca participação ou poucas pessoas não é considerada uma boa festa.

⁸ Ver, José D'Assunção Barros. Rupturas entre o Presente e o Passado: Leituras sobre as concepções de tempo de Koselleck e Hannah Arendt. 2010.

⁹ Corrente historiográfica francesa.

¹⁰ Manuel Castells também chama esta sociedade de informacional.

As festas populares configuram-se como iniciativa mobilizadora das comunidades humanas, assumindo dimensões culturais, religiosas, políticas ou comerciais. No entanto, elas se caracterizam estruturalmente como processos comunicacionais, cujos conteúdos abrigam diferentes manifestações da sociedade, potencializada ou apropriada pela mídia.

As festas populares passam a ter valor contéudístico, preenchendo espaços na programação das emissoras de rádio ou televisão, bem como motivando reportagens e coberturas especiais nos jornais diários ou revistas semanais. Ao mesmo tempo, funcionam como alavancas para o acionamento da engrenagem econômica, mobilizando produtores industriais, entrepostos comerciais e prestadores de serviços. Nesse sentido viabilizam comercialmente os veículos difusores, através da captação de anúncios, além de estimular as empresas ao patrocínio das festas propriamente ditas. (DE MELO, 2008: 78).

Observa-se, contudo que, o cerne das festas populares está localizado no interior da sociedade civil, cujas instituições desencadeiam os processos de celebração que as nutre e fortalece, mas também pode fazê-la definir e desaparecer. De Melo afirma que cria-se uma teia complexa de relações e interesses, da qual participam também o Estado e o aparato político, responsável pela normatização do uso daqueles espaços públicos onde as festas se realizam. É neste ponto que podemos retornar a fala do estudioso francês, Jean Baudrillard (1995), quando ele afirma que tudo foi reassumido pela lógica da mercadoria e questionar até que ponto isto implica na sustentabilidade desta festa.

A festa do Pau da Bandeira como muitas outras festas brasileiras tiveram suas origens entre os séculos XVIII e XIX, onde a simbologia da festa justificava ou explicava a crença e a devoção aos santos. Mas possuem outros aspectos que vão além da fé, pois os componentes estruturais acabam se extinguindo com o passar do tempo dando lugar a outros, indicando mudanças ao longo do tempo e transformando-as em festas religiosas e profanas simultaneamente. Dessa forma, a caracterização de uma determinada festa nem sempre permanece constante, geralmente ocorre um processo de modernização, transformando-a em espetáculo, com estruturas grandiosas e suntuosas que, muitas vezes, fogem ao contexto do meramente religioso. Contudo, o passado e o presente permanecem articulados no interior da festa. Afinal as festas são as mesmas sem nunca serem iguais. Nesse sentido, pensa-se na festa não apenas como um ritual passado, onde são imprescindíveis não só a contextualização histórica e os principais aspectos culturais da cidade, mas também o seu entrelaçamento com a história contemporânea, com a cultura massificadora da modernidade globalizada e com o turismo de massa que atraem milhares de pessoas interessadas na riqueza religiosa,

cultural ou histórica do país, ou apenas interessadas em divertimento. Para Camponero e Leite (2010:102)

Cabe questionar se as festas populares são culturalmente fortes o bastante para enfrentarem os impactos da modernidade e o avanço do turismo. Eventualmente, a modernização e o turismo podem levar a um enfraquecimento ou, até mesmo, a uma perda da devoção e do empenho na realização de uma festa causando a transformação de uma manifestação carregada de sentido próprio e de historicidade. Pode-se até chegar, em casos extremos, à decadência e extinção de determinada festa.

Em alguns casos, podem surgir novas formas de manifestação, ocorrendo transformações e recriações que transmitem um novo sentido da festa para outros grupos de pessoas, sobretudo os formados pelos mais jovens. Estas “novas” festas seriam, então, moldadas em formato muito mais próximo da indústria do entretenimento, cabe investigar se esses novos elementos seriam tão importantes como àqueles que se perderam.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Estas galerias são uma nova invenção do luxo industrial, são vias cobertas de vidro e com o piso de mármore, passando por blocos de prédios, cujos proprietários se reuniram para tais especulações. Dos dois lados dessas ruas, cuja iluminação vem do alto, exibem-se as lojas mais elegantes, de modo tal que uma dessas passagens é uma cidade em miniatura, é até mesmo um mundo em miniatura. (BENJAMIN, 1982:31).

Neste apartado não buscarei responder perguntas que no corpo do texto foram lançadas e que por um acaso continuaram em aberto e sim suscitar questionamentos e exhibir inquietações, a começar pela citação do autor Walter Benjamin (1982) retirado do texto *Paris, a capital do século XIX*,¹¹ tentando com isto esclarecer a relação da Festa do Pau da Bandeira e as ruas de Paris na alegoria de Baudelaire. Para este poeta, o olhar do alegórico a perpassar a cidade é o olhar do estranhamento. É o olhar do *Flâneur*¹² cuja forma de vida tenta reconciliar a desconsolada forma de vida do homem da cidade grande. “O *Flâneur* ainda está no limiar tanto da cidade grande quanto da

¹¹ Título Original: *Paris, die Hauptstadt des XIX. Jahrhunderts*. (1982).

¹² *Flâneur* é uma palavra francesa que indica um andarrilho, boêmio, um personagem que costuma andar pela cidade a admira-la.

classe burguesa, nenhuma delas ainda o subjugou. Em nenhuma delas ele se sente em casa. Ele busca o seu asilo na multidão.” (BENJAMIN;1982: 32).

No texto de Benjamin, ele mostra que o *Flâneur* já não consegue se identificar com as mudanças ocorridas na Paris do *Glasarchitektur* [Arquitetura do vidro], das passagens de ferros, dos panoramas e das galerias. O autor explica que na multidão, a cidade é ora paisagem, ora ninho acolhedor. Esta forma da cidade se apresentar para o *Flâneur* é mostrar para ele, que ele ainda é útil para o mercado. Mesmo com toda a mudança, seja ela arquitetônica, de iluminação, de vestimentas, de fachadas dos prédios, ainda lhe restou algo, o qual ele se reconhece e lhe é aconchegante. “Com o *Flâneur* a intelectualidade parte para' o mercado. Pensa que para dar uma olhada nele; na verdade, porém, já para encontrar um comprador.” (BENJAMIN;1982: 39). A intelectualidade (pintura, literatura, teatro de rua, fotografias, etc.) que era de todos, na figura do *Flâneur* que todos tinham acesso, agora passou a ser um bem de consumo de mercado, expostas em grandes museus, galerias e shoppings, sendo possível apenas ao consumo da classe burguesa.

A citação que abre este apartado deixa muito clara a alegoria de Baudelaire. As pequenas lojas que o *Flâneur* estava acostumado a ver, se metamorfosearam em grandes galerias, as quais uma soma destas, se transformaram em uma cidade miniatura ou até mesmo um mundo em miniatura. O *Flâneur* sabe que sem o poder aquisitivo do capitalismo o acesso a estes bens será restrito. É justamente esta transformação percebida pelo *Flâneur* que muitos autores da contemporaneidade defendem. Na pós-modernidade mundo, a representação e a mediação das imagens são bem mais aceitas que a 'realidade'. Não precisamos mais da Festa de Santo Antônio, precisamos agora da representação mediada pelas imagens da Festa do Pau da Bandeira.

Ao falar em sustentabilidade da festa, nos referimos num sentido amplo, produção de memória e, portanto, de identidade no tempo e nos espaços sociais. Para efeito de análise, é preciso compreendê-la como um elemento constitutivo do modo de vida especificamente popular, como uma catarse controlada que se regula tanto pela vida profissional como pela manifestação festiva sem afetar a coesão social, como um produto do cotidiano que suspende o tempo social e cronológico. Pela lógica do mercado, realmente não há como uma sociedade contemporânea sobreviver sem a representação e sem ser mediada pelas imagens, porém cabe aos *Flâneurs* de Barbalha decidir, se desejam uma Festa de Santo Antônio ou uma Festa alegórica do Pau da Bandeira.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

ALBUQUERQUE, A. de. **A política do Espetáculo**. In: Dimensões. Rio de Janeiro: 1992.

AMARAL, R. **As Mediações Culturais da Festa**. Rev. Mediações, Londrina, v.3, n.1, p.13-22, jan-jun.1998.

APOSTOLIDÈS, J. **O rei-maquina. Espetáculo e Política nos tempos de Luíz XIV**. Rio de Janeiro: José Olímpio, 1993.

BARROS, J. D. **Rupturas entre o Presente e o Passado: Leituras sobre as concepções de tempo de Koselleck e Hannah Arendt**. Revista Páginas de Filosofia, v. 2, n. 2, p. 65-88, jul/dez. 2010.

BAUDRILLARD, J. **A Sociedade do Consumo**. Lisboa: Elfos Editora, 1995.

BELTRÃO, L. **Folkcomunicação: teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo: UESP, 2004.

BENJAMIN, W. **Paris, die Hauptstadt des XIX. Jahrhunderts**. In: -. Gesammelte Schriften. V. V, t. 1. Org. por Rolf Tiedemann. Frankfurt a.M., Suhrkamp Verlag, 1982. p. 28-43.

CAPONERO, M. C.; LEITE, E. **Inter-relações entre festas populares, políticas públicas, patrimônio imaterial e turismo**. Revista Eletrônica. Patrimônio: Lazer & Turismo, v.7, n. 10, abr.-mai.-jun./2010, p. 99-113.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**, Vol I. 8. Ed. Editora, Paz e Terra, 2016.

COLLING, L. **O conceito de Espetáculo e o Telejornalismo**. A seca e os saques do Nordeste no Jornal Nacional e as Eleições 98. In: Mídia e Eleições 98. Antônio Albino Canelas Rubim (Org.). Edições FACOM. Ed. UFPB, Paraíba, 1998.

DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo (1931-1994)**. E.BooksBrasil.com. www.geocities.com-projetoperiferia. 2001- 2003.

DURKHEIM, É. **Les formes élémentaires de la vie religieuse**. Paris: PUF, 1968.

DUVIGNAUD, J. **Festas e civilizações**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1983.

FEUERBACH, L. **A Essência do Cristianismo**. Editora Vozes, Petrópolis, RJ, 2007.

FREUD, S. **Totem e Tabu**. Rio de Janeiro : Imago, 2005 [1913].

GOMES, W. **Duas Premissas para a Compreensão da Política Espetáculo**. In: O indivíduo e as mídias. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996.

GUARINELLO, N. L. **Festa, Trabalho e Cotidiano**. In.: JANCSÓ, István e KANTOR, Iris (Orgs.). Festas: cultura e sociabilidade na América Portuguesa. São Paulo: Hucitec; Editora da Universidade de São Paulo; Fapesp; Imprensa Oficial, 2001.

HEBENBROCK, J. M. da S. **O Processo Comunicacional na Festa Popular de Santo Antônio, no Sertão do Ceará.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Campina Grande – PB – 10 a 12 de Junho 2010.

_____. **Mãos Sãs, Corpos Sãos.** Produção Audiovisual, Realização Faculdade Paraíso do Ceará, 2010.

HUSSERL, E. **Die Krisis der europäischen Wissenschaften und die transzendente Phänomenologie.** Eine Einleitung in die phänomenologische Philosophie. The Hague: Martinus Nijhoff, 1976.

KOSELLECK, R. **“Modernidade”.** In: Futuro passado – contribuição à semântica dos tempos históricos. Rio de Janeiro: Contraponto, p. 267-303, 2006.

_____. **“Espaço de Experiência e Horizonte de Expectativas”.** In: Futuro passado – contribuição à semântica dos tempos históricos. Rio de Janeiro: Contraponto, p. 311-337 [original: 1979]. 2006.

LE GOFF, J. **Patrimônio Histórico, Cidadania e Identidade Cultural:** o direito à memória. In: BITTENCOURT, Circe (Org.) *O saber histórico na sala de aula.* São Paulo: Contexto, 1997.

LIPOVETSKY, G. **O império do Efêmero.** São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MAFFESOLI, M. **A sombra de Dionísio** - Contribuição a uma sociologia da orgia. Rio de Janeiro: Graal, 1985.

MELO, J. M. **Mídia e Cultura Popular:** História, Taxionomia e Metodologia da Folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

RUBIM, A. A. C. **Mídia e Política:** transmissão de poder. In: *Mídia, eleições e democracia.* São Paulo: Scritta, 1994.

SCHWARTZENBERG, R. **O Estado Espetáculo.** Rio de Janeiro: Difel, 1978.

Submissão do artigo: 10/09/2018.

Parecer de aprovação: 06/11/2018.