

FESTA JUNINA: HIBRIDISMO CULTURAL

Valdir Morigi

Introdução

Este artigo é resultado da tese de doutoramento na área de Sociologia, intitulada *Imagens recortadas, tradições reinventadas: as narrativas da festa junina em Campina Grande - Paraíba*. O foco central do estudo se consistiu em compreender quais os formatos atuais das festas denominadas populares, que processos de transformação elas sofreram desde que passaram a ser realizadas no Brasil. Inicialmente, essas festas possuíam um caráter religioso, uma vez que a Igreja mantinha o controle sobre o ritual; entretanto, com o passar do tempo, elas adquirem um caráter claramente profano.

Assim, as expressões das culturas tradicionais, marcadas pelos caracteres *espontâneos, genuínos, originais* e vínculos identitários locais e regionais como as festas juninas no Nordeste e outros rituais assumem, no contexto social contem-

porâneo, a feição de grandes espetáculos urbanos, aderindo a lógica da sociedade urbano-industrial, tornando-se produto da indústria cultural. Mesmo assim, a festa junina permite uma reelaboração imaginária das noções de identidade regional e da cultura local. O que se constituiu como problema central da pesquisa compreender quais são as diferentes significações da festa. Isso levou a necessidade de trabalhar com as suas diferentes narrativas. As narrativas foram construídas a partir dos seguintes eixos: aqueles que conceberam a festa, seus idealizadores fundadores e organizadores; aqueles que vivem a festa hoje, os participantes e os barraqueiros; aqueles que viveram a festa antiga, pessoas pertencentes às gerações mais velhas, e aqueles que promovem a festa, a mídia, o Departamento de Turismo, a Prefeitura Municipal e as empresas. Assim, a festa junina é entretecida por meio de um

conjunto de narrativas mediadoras de sentido que constroem a teia significativa, envolvendo os seus laços simbólicos com o imaginário coletivo regional.

Desta forma, com objetivo de estudar as diversas narrativas da festa junina e a composição de seu caráter híbrido foram tomadas as narrativas dos organizadores, participantes, barraqueiros e sobre a festa junina. Além dos três segmentos pesquisados, fizeram parte da investigação as narrativas: publicitárias, da mídia impressa e eletrônica e a iconográfica. A partir da análise, formam identificados quais os principais elementos que envolvem a teia significativa e quais os componentes híbridos da festa. Na pesquisa de campo realizada sobre o evento *Maior São João do Mundo* em Campina Grande, na Paraíba, na edição de 1999, procurou-se verificar também como interagem e se confrontam as temporalidades, os sentidos e os elementos da cultura tradicional regional com os elementos da cultura industrializada.

1 As Narrativas da Festa e a Construção do Tecido Cultural Híbrido

As narrativas dos organizadores, barraqueiros e participantes sobre a festa junina, envolvem vários elementos os quais são identificados e associados à *tradição* (passado) e ao *moderno* (presente). Por meio das narrativas foi possível perceber como é construída a teia significativa que envolve o imaginário dos três segmentos pesquisados e como são decodificadas as modificações recentes da festa. A partir da análise foi possível verificar como se entrelaça a rede de significados da festa com as dimensões imaginárias temporais, passado e presente e futuro.

Além das três dimensões apontadas acima sobre a forma de conceber e dividir o tempo na consciência social histórica (passado/presente/futuro), os rituais

coletivos, também emergem da memória como outras dimensões temporais que se salientam à consciência na tentativa de sinalizar e demarcar o tempo social instituído. Essas noções foram cunhadas por Castoriadis (1982) e referem-se ao tempo imaginário e tempo identitário.

Entretanto, para finalidade deste artigo concentro-me em três narrativas identificadas no enredo da construção social do tecido cultural híbrido, são as narrativas: publicitária, midiática e iconográfica.

1. 1 A Narrativa Publicitária

A narrativa publicitária é composta das imagens, idéias sobre a festa e o seu lugar e foi possível através da análise do conteúdo veiculado em meios publicitários, jornais e boletins de serviço da Prefeitura, *folders*, panfletos, folhetos e outros materiais impressos pelos órgãos de divulgação do Departamento de Turismo da Prefeitura e do Estado, bem como pelos organizadores da festa junina. A partir da coleta do material observou-se que o poder público municipal tem-se empenhado em desenvolver projetos ligados à atividade de turismo. Os organizadores e agentes especializados pelo fomento da atividade de turismo de eventos ao veicularem os seus discursos são responsáveis pela mediação dos sentidos em torno do lugar e do evento.

É relevante a imagem da cidade nos meios publicitários. Os mediadores a descrevem como *mulher* e *menina*. No material publicitário veiculado na imprensa local e de seus representantes, Campina Grande aparece sob um feixe de imagens sob forma de metáforas que se esforçam ao máximo para qualifica-la. Desse modo, nos discursos *oficiais*, Campina aparece como *menina*, *paraibana acolhedora*, *menina que brota com o cheiro de fulô*, *terra onde se planta o amor*. São imagens associadas à figura da mulher e ao universo feminino do qual faz parte o jogo da

Festa Junina:
Híbridismo Cultural

Valdir Morigi

sedução para conquistar o mundo masculino, mantenedor da ordem estrutural instituída. Essas imagens relacionadas à sedução, à mulher sensual, que capaz de conquistar os corações, dar prazeres ao corpo e saciar os desejos mais íntimos, são imagens recorrentes utilizadas na narrativa publicitária. Ela é *mulher acolhedora e menina*. Isso revela uma certa ambigüidade, porque é menina/mulher, pura/atraente (sensual), também é mãe e fértil, pois dela nascem seus filhos, *terra onde se planta o amor*.

Esse jogo de significados entre macho e fêmea – marcas de gênero sexual – fazem a epifania do discurso obtuso, a principal mensagem: Campina é *mulher/menina* que nasceu e vive reduplicada pelo signo do macho. Assim, a narrativa publicitária adota técnicas mercadológicas modernas que visam ao consumo de bens culturais, faz conviver concomitantemente o imaginário da cultura tradicional nordestina com as práticas da cultura da modernidade.

O uso das metáforas pelos textos publicitários como *mulher acolhedora e menina, mulher que brota com o cheiro da fulô, paraibana acolhedora, terra onde se planta amor*, para designar Campina Grande como pertencente ao gênero feminino, é um recurso que serve ao propósito de vendê-la como produto. Nesse caso, ao associá-la ao código da mulher-objeto, ainda rende tributos à sociedade de consumo, pois, ao utilizar imagens e associá-las à mulher, acopla-se ao objeto sensações imaginárias que dão prazer corpóreo (erotismo, prazer sexual), ou seja, a narrativa publicitária, ao adotar tal procedimento com o objetivo de *seduzir, atrair, conquistar* o consumidor, o turista, o faz pelo seu lado irracional-instintivo, padrão aceito socialmente pelas regras da cultura, já que se aceita como legítimo o comportamento da mulher de usar seu charme (beleza) na tarefa de seduzir e conquistar os homens. Quando são as representações, as fantasias e as imagens

ligadas às promessas de prazer que gravitam em torno das metáforas, que ao mesmo tempo formam o imaginário masculino, são também as que os seduzem. Além desse aspecto, que envolve a sensualidade feminina, percebe-se outro referente à mulher, cuja característica principal é a fertilidade: *paraibana acolhedora, terra onde se planta amor*.

As narrativas publicitárias referem-se à festa junina como uma síntese do Nordeste, da sua cultura e da sua gente como estão expressos em várias frases, *nosso autêntico São João é uma festa com a cara do Nordeste*. A festa é a expressão dos sonhos, da esperança e da fé dos nordestinos, *sem o que não poderá construir uma sociedade justa e dinâmica, as cíclicas estiagens comprometem a colheita (...) jamais a fé característica do nordestino*. Entretanto, a fé é *vivida* de forma ambígua, pois elementos do sagrado e do profano misturam-se, enquanto *a fogueira simboliza a devoção* ao mesmo tempo em que é *na quentura das fogueiras e no rala bucho do forró que a fé se confunde com a festa*. *Em todo o Nordeste os santos são comemorados com muita reverência e festa. Eles são reverenciados nas igrejas e com muito forró*. A narrativa publicitária, ao tecer os significados, faz um jogo alquímico, unindo os elementos da cultura aos da natureza. O fogo purifica, mas dá paixão.

As imagens de Campina Grande e da festa nas narrativas publicitárias são uma *ficção*, porque seus elementos são uma simulação dos fatos reais, ou seja, uma construção da narrativa publicitária, que é ficcional, procura dar uma dimensão mais próxima do real. As junções e associações entre as imagens representam formas de ver o mundo que passam pelo filtro do imaginário e nele se repercute como um novo feixe de imagens coladas a uma cadeia de significações mais amplas, instituídas socialmente.

Esse feixe de imagens presentes nas narrativas publicitárias que articulam

metáforas, imagens do lugar, sua gente e seus traços culturais, sob forma de jogo de significantes, articula alguns elementos que são manifestos ao passo que outros permanecem em estado de latência, motivam a fantasia do turista. Normalmente apresentam um conteúdo persuasivo, associado a um sentimento favorável e convincente sobre o lugar: as pessoas e os eventos, potencialmente, podem oferecer tudo o que o visitante deseja e precisa em termos de lazer, diversão e descontração.

Portanto, vende-se a idéia de sedução. Assim, os turistas podem desfrutar os prazeres proporcionados pelos recursos naturais e mundanos, gozar e usufruir o que a festa tem de melhor para oferecer. É possível decodificar a cadeia sintagmática (significativa) implícita entre os *princípios do prazer* o erótico motivado pela música, pela dança e pela comida, é essencial para a elaboração do imaginário dionisíaco e orgiástico, conforme aponta Maffesoli (1985), confirmado por algumas frases publicitárias: *não é à toa que a cidade é a capital do forró, o evento traz bandas de forró, muita animação e gente bonita, Campina Grande tem cheiro de fogueira, sabor de milho e ritmo de forró.*

Nesse jogo de imagens, a festa e o seu lugar são elementos significativos no processo da construção do imaginário do consumidor, que não apenas consome, mas também é consumido pelas imagens do consumo e das suas promessas. (Golderberg, 1997). Para torná-los objeto de consumo, é necessário simular. Por isso, ao promovê-los, é necessário associá-los a outros elementos do imaginário coletivo, tão atrativo quanto o prazer que eles podem proporcionar.

A teia significativa construída pelos mediadores em torno da cidade e do evento calca-se em três dimensões que estão entrelaçadas: a política, o consumo e a tradição. Assim, essa busca incessante pelo *elo perdido* (identidade) e seus laços são mediados, na sociedade de consumo,

pelo acesso aos objetos e ao prazer que eles podem proporcionar e é enredada por uma teia imaginária de sentidos institucionalizados. Mesmo assim, há possibilidades para a criação e a recriação, abrindo possibilidades, espaços utópicos, nostálgicos, que sempre haverá uma forma de rever, reencontrar, entrelaçar sentidos, deslizar, sonhar, reviver, *matar as saudades*. Um encontro entre o tempo e o espaço, fortalecendo seus laços imaginários.

1.2 A Narrativa da Mídia

Existe uma proximidade entre a narrativa publicitária e a narrativa midiática, no sentido que ambas utilizam da mesma matéria-prima, os valores instituídos sobre o evento, na criação de seus produtos finais e a publicidade necessita da mídia para veicular a sua produção. Entretanto, há nítidas diferenças entre elas, pois enquanto a primeira utiliza as técnicas de *marketing* com o objetivo de *maquiar* os produtos, no caso a festa junina, para ser consumida no mercado. A segunda veicula o evento relacionando os fatos ao acontecimento como a análise que segue procura mostrar.

A mídia impressa e eletrônica é outra narrativa mediadora de sentido. Ao realizar a tarefa de mediadora simbólica de um conjunto de significações instituídas, de construir e reconstruir os fatos, interpretá-los e disseminá-los, não o faz de forma neutra. Assim, ao desempenhar a função de mediação simbólica, ela reproduz uma concepção de mundo, difundindo ideologias, reforçando determinadas práticas políticas e relações de sentido. Durante o período da festa, ela fez a *cobertura* do evento. A mídia mostrou imagens, destacou fatos, comentou notícias sobre o *Maior São João do Mundo*. Para analisar a sua narrativa sobre a festa de São João, utilizei o material divulgado, no mês de junho pelos jornais locais (reportagens, entrevistas, notícias) relacionados com o evento.

Festa Junina:
Hibridismo Cultural

Valdir Morigi

As manchetes e reportagens nos jornais locais começaram a anunciar o evento alguns dias antes do seu início. O destaque foi dado aos preparativos finais, à montagem e à decoração do *Parque do Povo* e às atrações. A mídia também divulga com antecedência os nomes da música regional e da nacional, cantores(as) e grupos musicais, com participação confirmada, e as principais inovações que serão realizadas no espaço do parque. Com isso, cria-se um clímax, uma expectativa *eufórica* em relação ao evento para a população local. Aliás, o clima junino inicia em maio quando as músicas de forró começam a ser tocadas com mais intensidade nas emissoras de rádio da cidade. Assim, em junho, quando os fogos de artifícios brilham no céu de Campina Grande, abrindo a temporada, as pessoas já estão em clima de festa.

A narrativa concentra-se nos preparativos e nos limites estabelecidos pelo calendário oficial, abertura e término do evento, destacando a presença de personagens do cenário político local e o *show* pirotécnico. Aliado a essas atrações, a narrativa veicula as significações da festa, a manutenção dos *autênticos* valores culturais e da tradição – *trinta dias de autêntico forró* – que é imediatamente associado ao conteúdo de plataforma política *traduzidos em geração de emprego e renda para a cidade*.

A mídia é uma das instâncias de mediação do simbólico, cujas significações dadas e veiculadas sobre a festa vinculam-se a significações já instituídas pela sociedade e pelo imaginário social. Os personagens políticos locais reconhecem o seu papel e o seu poder de instituir as significações no campo social. Nesse sentido, há uma espécie de pacto entre a mídia e os atores políticos locais, o qual se torna visível à medida que, a mídia, ao interpretar a festa, veicula as significações dominantes que coincidem com os interesses dos grupos políticos locais. Estes,

por sua vez, tomam a mídia como o canal para expressarem o conteúdo político de suas ações no exercício do poder.

Nesse processo, a festa junina e seus símbolos, no imaginário social, operam mediando simbolicamente concepções, unindo, interligando seus laços e integrando percepções baseadas no discurso da tradição cultural e na identidade local e regional. A festa junina é por excelência o símbolo da tradição. Assim, o conteúdo enunciado e veiculado pela mídia é parte de uma rede simbólica cujas significações são assimiladas pelos sujeitos, passando a constituir um conhecimento. Dessa forma, tais significações passam a fazer parte e interagir com as demais significações contidas no acervo do imaginário social.

A construção desse imaginário é feita com ações concretas e discursivas, pois, conforme a narrativa do prefeito, ao afirmar que *nunca a Paraíba, em nenhum momento de sua história, esteve tanto na mídia de maneira positiva*, evidencia-se que a sua ação como prefeito, investindo e divulgando o evento para o Brasil, foi fundamental, já que a festa passou a fazer parte de um projeto político de governo que foi iniciado e aperfeiçoado pelo seu pai (Ronaldo Cunha Lima) e incorporado e mantido pelo filho (Cássio Cunha Lima) que está dando continuidade ao mesmo. Através do *Maior São João do Mundo* e da veiculação de suas imagens na mídia, criaram, via imagens do evento, outros referenciais para a cidade, o Estado e a região que repercutiram no imaginário social local de forma *positiva*.

As imagens da festa junina restabelecem, com novas cores, um novo imaginário de Nordeste e da Paraíba, diferente daquele historicamente conhecido em cadeia nacional veiculado pela mídia, marcado por imagens doloridas, dilaceradas, sangrentas, desgastadas e corroídas, geralmente associadas às desgraças da fome, da miséria, da seca ampliada pelos conflitos sociais no campo e pela corrupção política das elites

Festa Junina:
Hibridismo Cultural

Valdir Morigi

regionais. As imagens da festa amenizam esse panorama trágico e triste de uma terra latejante de pessoas sofridas e esmagadas historicamente pela opressão dos latifundiários. As imagens da festa junina, veiculadas pela mídia, recuperam outra dimensão da Paraíba e do Nordeste: o lado criativo, descontraído, alegre e festeiro dos nordestinos e conseqüentemente, essa nova imagem destoa da anterior e *melhora* a imagem da Paraíba no cenário nacional.

Seguindo a análise de alguns momentos da festa destacados pela mídia, foi possível observar que os *acontecimentos* da festa junina tornam-se *fatos* que são exaltados nas reportagens e nas narrativas da mídia. No processo de construção do imaginário coletivo, a mídia possui um papel de mediadora simbólica do evento, tomando os seus elementos peças fundamentais, quer seja reproduzindo concepções (...) *provocam saudades (...)* o regionalismo este em alta (...) *verdadeiros representantes da música nordestina*, quer justificando as inovações inseridas no ritual. *A Catedral ganhou réplica fantástica (...)* *O Cassino Eldorado virando réplica (...)* *Tudo para dar uma inovada sem deixar de lado as características da festa junina*. A mídia nacional, ao se render aos encantos da festa junina campinense, mostra o quanto seu papel é importante na divulgação da festa. A cidade passou a ser *mais conhecida*, atraindo o turismo. Nesse processo, ao ser vista pelos *outros* nacionalmente, a ação do grupo político local passa a ter *reconhecimento* pela comunidade local e regional. A mídia se rende aos encantos, porque há investimentos publicitários por parte da administração pública local que se interessa em promover o evento. *Mesmo que tenha sido também à custa de influências e um certo 'investimento' da prefeitura para viabilizar a vinda das equipes de TVs e rádio para a cidade*. Ao fazer essa promoção, acabam promovendo-se também. Ao projetarem o evento, as autoridades locais também se projetam

politicamente. Ao promoverem a cidade e as pessoas do local, por meio das imagens do evento veiculadas pela mídia, os mediadores criam, no imaginário social, uma imagem politicamente favorável daqueles que exercem o poder.

Todavia, as narrativas políticas veiculadas pela mídia sobre a festa procuram exaltá-la como um evento monumental, de um grande espetáculo. A festa junina é exaltada como o símbolo máximo da *tradição e da cultura nordestina*. Dessa maneira, a *Catedral*, o *Cassino Eldorado* e a *Fogueira Gigante* – monumentos da cidade – são os que mais se destacam. Ao se privilegiar tais imagens e elementos da festa, no imaginário coletivo, objetiva-se *preservar a cultura nordestina*. Além disso, a festa como evento cumpre um papel social importante, que depende exclusivamente da vontade política, uma vez que ela é *geração de renda e oportunidades de trabalho*.

Todas as inovações acrescentadas na edição da festa de 1999 foram veiculadas em mídia nacional. Estiveram presentes na cobertura do evento as emissoras Globo, SBT, Bandeirantes, TV Cultura e Globo News. Elas trouxeram atrações consideradas nobres para *explorar* a festa. Assim, estiveram presentes o *Video Show* e foram transmitidos *flashes* para o programa do *Domingão do Faustão* da Globo, *Rodolfo e Et no Domingo Legal* e *Topa tudo por dinheiro* do SBT.

O fato de a mídia (impressa e eletrônica) nacional, em programas considerados *líderes em audiência* como *Jornal Nacional* e *Fantástico* da Rede Globo, e internacional estarem presente no evento, realizando a cobertura da festa, representa um modo de promover a cidade e também uma forma de as autoridades políticas obterem o prestígio social diante da comunidade local e nacional. A importância e o destaque da festa dados pela mídia são explicados pela sua própria narrativa a serviço dos interesses do poder local. Isto é, conforme

a narrativa, a repercussão do evento deve-se ao resultado do *profissionalismo* da equipe organizadora e, portanto, da administração da cidade. O significado de estar na mídia, no imaginário social, é mais profundo, além de conferir prestígio social ao grupo que está gerindo e administrando a esfera pública, pois mostra o conjunto de ações destes como *vencedoras*, as propostas que tiveram *êxito* e *sucesso*, ao mesmo tempo ressalta uma imagem que se associa a um *estilo* de governar, a uma *forma* de administrar. Essas imagens do evento, que são vinculadas às ações dos grupos, das pessoas, dos personagens, dos atores políticos locais que as mídias veiculam, reforçam a posição hegemônica dos grupos que exercem o poder local. O simples fato de o evento aparecer na mídia impressa e eletrônica empresta uma significação social mais ampla, cristalizada, já consagrada pelo senso comum, uma espécie de adágio que se depositou no imaginário social, do tipo *tá na Globo. Precisa dizer mais?*

As significações de cunho político em relação ao evento que são veiculadas pela mídia tornam-se evidentes. Todos os periódicos locais pesquisados mostraram nitidamente esse conteúdo. O evento é parte de um projeto político, cujas ações concorrem para a manutenção do grupo que está no poder. A mediação de sentido ocorre através do conjunto de imagens veiculadas e elas funcionam como operadores simbólicos que reforçam a lógica da dominação de classe.

A mídia destaca as ações da Prefeitura e dos responsáveis pela organização da festa. Além dela, os boletins de serviços e os jornais de pequena circulação, distribuídos gratuitamente à população durante o evento, trazem relatos e informações de caráter geral sobre a festa e as suas atrações, tecendo comentários e reproduzindo entrevistas com políticos presentes e engajados na festa.

A visão destacada pela mídia está

associada à concepção da festa de São João como uma *manifestação tradicional do povo nordestino*. O tradicional é definido por meio de elementos que lembram o passado, a lavoura, o *roçado*, a colheita, a *comemoração da boa colheita*, as *fogueiras* e as *novenas* realizadas para agradecer aos santos. Portanto, ela toma elementos que pertencem ao imaginário *tradicional* da festa, juntando com o imaginário *moderno* da festa, e procura *casar* esses dois imaginários em um só. As inovações, as réplicas da Catedral, do Cassino Eldorado, a fogueira artificial, o Arraial e o Trem Ferroviário pertencem ao imaginário social da festa e, por isso, internalizam-se valores e consagram-se concepções.

Assim, a função principal do *Maior São João do Mundo* consiste no *resgate* das tradições contidas nos rituais da dança do forró, no ritmo da música nordestina, na poesia popular e no seu folclore regional. Esses elementos ritualizados, colocados em movimento pelos grupos folclóricos e pelas quadrilhas através do canto, da dança e das representações coreografias, possibilitam relembrar o passado e a tradição e, dessa forma, *preservar* a cultura regional.

Assim, as práticas e os costumes tradicionais como acender fogueiras, realizar casamento matuto, fazer novenas e dançar forró misturam-se às práticas modernas, fogueira é virtual, passeio ferroviário, cidade cenográfica, coreografias das quadrilhas, instrumentos musicais modernos entre outras. É um conjunto de imagens da festa que se condensam, alternam-se, formando um jogo de sentido. Hoje, no *Maior São João do Mundo*, é possível encontrar um pouco de tudo. Como no carnaval, construiu-se uma série de imagens de diferentes contextos, que ao serem ritualizadas e postas em movimento, produzem vários efeitos visuais e imaginários, criando um jogo de significados.

Ao narrar o evento, a mídia constrói uma

visão de mundo que faz parte do jogo político e de interesses dos grupos locais. Ela reforça o discurso dos dirigentes que exercem a hegemonia do poder local. Em torno dos interesses das facções e dos grupos, referendando concepções instituídas do imaginário da festa e utilizando o sincretismo cultural a mídia consegue sintetizar, dando um *melhor acabamento*, as idéias e os valores que gravitam em torno dela e, disseminando-as, legitima posições já definidas na arena política, seja pelo controle social do imaginário da festa seja pelo controle do imaginário dos nordestinos e de sua própria imagem.

Ao agirem politicamente os mediadores da mídia transformam ideologicamente suas construções imaginárias em saber local sobre si e sobre a cultura local e regional. Assim, para aqueles que questionam a festa e o *resgate* das suas raízes e da tradição, sempre é possível recuperar a *nordestinidade* e os valores *autênticos* da *cultura nordestina* e do ritual, mesmo que seja via simulação.

A mídia veicula o dia de São João para os nordestinos como sendo revestido de um significado *muito especial*. Como espaço imaginário, a festa divide-se em dois momentos: o sagrado e o profano. Enquanto o primeiro é reservado para as orações, o outro é reservado para comemoração, *muita comemoração*. Para os campinenses, a festa junina é mais que celebração, já que se transformou em uma mola propulsora da economia. Também veicula o local da festa, o *Parque do Povo*, o *Quartel General do Forró*, como ela denomina, como um espaço aberto, múltiplo, plural, onde pessoas de diferentes classes sociais, idades, gerações, profissões e interesses encontram-se. O espaço da festa seria *communitas*, onde todos estariam em um conagraçamento, em um momento de celebração. Nesse sentido, a decoração, a iluminação e o brilho das suas luzes refletem o clima da festa.

Por outro lado, durante os festejos, a mídia elege para suas reportagens temáticas que exploram o imaginário popular tradicional da festa. Por exemplo, as crenças populares nos santos, como a crença em Santo Antônio, o casamenteiro, e as adivinhações e simpatias realizadas durante as datas comemorativas dos santos. Assim, ela divulga truques, simpatias, receitas, adivinhações e orações dos santos aos seus leitores. Em algumas reportagens, são publicados depoimentos de pessoas da comunidade que realizaram simpatias, principalmente mulheres jovens, interessadas em arranjar namorado ou marido. Uma reportagem intitulada "Aprenda como conseguir sucesso na vida sentimental" dá receitas dos ingredientes e dos procedimentos que as pessoas devem adotar para que seus desejos sejam realizados. O tema do casamento é muito explorado.

Tanto a mídia escrita quanto a eletrônica ressignificam a festa através de um processo de reciclagem das suas imagens associadas ao passado, ancoradas nos símbolos do ritual e da sua tradição, renovando e incorporando ao estoque das imagens da festa no presente. No fazer e refazer dessas imagens a festa também refaz-se e, nesse processo de permanente construção e reconstrução das imagens do evento, forma-se o imaginário da festa. A diferença entre a mídia impressa e a eletrônica é que, enquanto a primeira petrifica a imagem, pontilhada de sinais gráficos, pois ela congela a imagem no suporte de papel (a foto), o sentido em palavras, frases e textos, a segunda, ao contrário, através do som e do movimento das imagens, torna o virtual, o simulacro em realidade. Ou seja, transforma a festa em imagens virtuais em tempo real, fazendo o imaginário explodir em *flashes*.

A mídia, *propositadamente*, não distingue a festa junina, cujas raízes estão no passado, do evento o *Maior São João do Mundo* no presente, ligado à indústria do

Festa Junina:
Hibridismo Cultural

Valdir Morigi

lazer e da cultura da qual faz parte. Na sua percepção, o evento é a continuação do passado, o retrato atual *da manifestação tradicional da cultura nordestina*. Por isso, a sua *preservação* é uma forma de *resgate das raízes e origens* dessa cultura ao mesmo tempo em que esta revela os traços da *nordestinidade* no presente. Entretanto, essas construções imagético-discursivas que consideram a festa junina como representação da cultura e da identidade do Nordeste e dos nordestinos baseiam-se no imaginário tradicional da festa, cujos elementos míticos, religiosos, folclóricos da cultura regional, ao serem inventados e reinventados, sustentam e dão continuidade ao imaginário da festa e à sua significação no presente.

1.3 A Narrativa Iconográfica

A narrativa icônica refere-se às diversas imagens contidas e diluídas no cenário da festa, o *Parque do Povo*. Na narrativa icônica, cada série de imagens remete para determinados sentidos. O cenário da festa, o espaço simulado, confunde-se com o espaço imaginário de sentido. Nessa narrativa quem realiza a mediação são as próprias imagens que fundem e confundem os sentidos. Imagens e imaginário social cruzam-se e interpenetram-se como em uma eterna dança. O registro fotográfico auxiliou na descrição dos tipos de símbolos e imagens realçadas do espaço da festa e na análise dos universos simbólicos a que elas remetem.

O cenário da festa é composto por diversos ícones, símbolos que no seu conjunto formam um campo imagético para o qual convergem e proliferam os sentidos. A narrativa icônica, através das imagens, realiza o processo de mediação das significações no imaginário social. O *Parque do Povo* é um pedaço que consegue reunir vários subpedaços contidos no mesmo espaço, fragmentos

dispersos de sentido que confluem e ganham sentido no conjunto, na tessitura da rede significativa do imaginário social. Para fins analíticos, as imagens do cenário da festa foram classificadas em duas categorias principais: *imagens temporais e atemporais*.

As imagens temporais referem-se a ícones, formas e signos que aparecem no espaço da festa em termos de pintura, escultura, monumento, desenho técnico, formas luminosas e próprias luzes que iluminam o espaço da festa, entre outros objetos de diferentes formatos, suportes e cores que podem ser associados ou têm relação com as formas temporais imaginárias: passado, presente e futuro. Elas pertencem a uma cronologia histórica, são prescritas e datadas.

No cenário da festa são as imagens que remetem ao passado histórico, *ao Arraial, o Sítio João e todos os seus adereços, a Catedral, o Cassino Eldorado, o chapéu de Lampião, a indumentária das quadrilhas, as sanfonas, as espigas de milho, os candeeiros e o casamento matuto* entre outras. Essas imagens remontam ao passado e ligam-se a tradição regional e a história. Elas fazem emergir na consciência dos participantes as reminiscências do passado, ao mesmo tempo em que constroem novas lembranças e imaginários sobre a memória do presente, ocupando e entrelaçando outros espaços imaginários, as recordações da infância, da vida no sítio, da roça, da saudade dos familiares e dos amigos.

As imagens atemporais da festa também se referem a um tempo imaginário, porém evocam suas relações com os mitos. A qualquer tempo, elas aparecem e representam um tempo imaginário milenar, fundado em mitologias. Na festa junina, essas imagens são representadas pela fogueira, pelos balões, pelas bandeiloras, pelo espaço sideral, pelo céu, pelos astros, pelas constelações, pela noite e pelas derivações de sentido que surgem a partir

da combinação da série de imagens do rito, desembocando em credices e adivinhações realizadas no período junino e em suas ritualizações. A tradição da festa incorporou rituais que perderam o seu referencial histórico e passaram a fazer parte de um tempo mítico.

A simulação permite que imagens de elementos atemporais misturem-se às imagens de elementos da tradição e da cultura regional, uma vez que se imiscuem com diferentes temporalidades. Paradoxalmente, as imagens e os ícones míticos, presentes no espaço da festa e no seu imaginário, operam como um amálgama que junta e rejunta os elementos da cultura regional e da tradição. Desse modo, os elementos míticos, de domínio atemporal e a-histórico, tal como as constelações, os astros, o espaço sideral, a fogueira, entre outros elementos ligados ao ritual e às crenças no sagrado, entre outras imagens, forma no imaginário social um bloco homogêneo que pretende dar continuidade à tradição, reforçando no imaginário social local a sua importância como elemento da identidade regional.

No imaginário social da festa, tempo mítico e histórico entrecruzam-se. As imagens do cenário da festa simulam, em tempo real, o passado, procurando revigorar a tradição. Porém, a festa não se sustenta apenas com imagens fixas contidas na simulação do seu cenário porque elas precisam de movimento. As atrações da festa junina são imagens atuais em movimento e imagens simuladas do passado e da tradição. Na festa, a tradição movimenta-se através da simulação dos elementos, de sua ordem e da seqüencialização do ritual. Simula-se no presente o passado com o projeto de futuro. Assim, no imaginário social, a festa junina e a sua tradição reatualizam-se todas as vezes em que as pessoas consomem as comidas típicas da festa, acendem a fogueira, dançam o forró, participam das quadrilhas, soltam balões, rojões e fogos de artifícios entre outras atividades que o evento proporciona aos participantes.

Esses símbolos e figuras que formam um conjunto de imagens que compõe o cenário da festa, são responsáveis pela mediação de sentido e pela formação do imaginário social da festa. Essas imagens atemporais e míticas não aparecem isoladas, mas agrupadas e entrelaçadas umas às outras. Elas se associam e apresentam relações íntimas com outras categorias de imagens, tanto com aquelas derivadas dos elementos da natureza, como quer Bachelard, quanto com aquelas que se relacionam e se misturam com outras imagens construídas pelo acervo social da história e da memória individual e coletiva.

O *Parque do Povo* é uma montagem, um espaço de simulação que inclui elementos de ordem real e ficcional. Verdade e mentira confundem-se e articulam-se. Nesse *locus* formam-se e transitam significações imaginárias ligadas à tradição da festa, a elementos da cultura local, regional, rural, ao sagrado e às significações ligadas a essas esferas que se misturam e disputam espaços com outros elementos contemporâneos, aos novos sentidos colocados pela modernidade em relação ao nacional e ao internacional, ao urbano e ao profano, às suas significações.

Assim, o *Parque do Povo* ao mesmo tempo em que é um espaço de simulação, o *locus* do consumo, também é um espaço de reconstrução imaginária do passado, da memória e da tradição. Através da simulação dos *elementos tradicionais* da festa, como a *Casa do matuto/Sítio São João*, o *Arraial*, as *quadrilhas*, e da *cultura nordestina* e sua história, como o *Cassino Eldorado*, a *Catedral*, a indumentária, os *elementos típicos* da cultura regional, como a música e da dança, reforçam-se os laços imaginários de sentido de identidade entre a materialidade e o simbólico.

Da mesma forma acontece com a festa junina, pois dela tentam juntar, aglutinar ao seu redor um conjunto de partículas que se

Festa Junina:
Hibridismo Cultural

Valdir Morigi

desprenderam através do tempo, mas que permaneceram em muitos imaginários. Ao ser reinventado em forma de evento, o *Maior São João do Mundo* condensa os elementos dispersos que aparecem nas narrativas dos participantes, dos organizadores, da mídia e da publicidade como marcas da tradição e da identidade regional.

Em forma de simulacro, de alguma maneira, elas são recordações do tempo passado. Na memória, essas imagens são os vestígios do tempo, da tradição e da saudade. Assim, o *Parque do Povo* e seus espaços constituem-se em um espaço das lembranças e da saudade. No presente, a festa junina, com sua teia de relações significativas, é um espaço construtor do imaginário coletivo, da nostalgia e das recordações no futuro.

Em tal contexto, as imagens e suas significações passaram a constituir a própria realidade. Nesse universo, construído pela mediação das imagens, fica difícil distinguir o que é real e o que não é. Realidade e ficção, tradicional e moderno, passado e presente, sagrado e profano, história e estórias. Essas dimensões de sentido aglutinam-se e confundem-se no espaço significativo da festa. Nessa convergência de imagens e sentidos em movimento, o imaginário sobre a identidade regional passa a se constituir a partir da narrativa iconoclasta. Uma reunião de fragmentos híbridos da cultura solidificam-se no imaginário social, cuja teia significativa é cada vez mais mediada pelas produções e ações da indústria cultural.

O *Maior São João do Mundo*, enquanto um conjunto imagético, é síntese das mediações, tanto para os que vêm de fora quanto para aqueles que estão empenhados em sua organização, reinventando a cultura e a tradição. Entretanto, no imaginário social, a festa junina aparece como um bloco homogêneo e indistinto, pois assim adquire o estatuto de um ritual que representa os valores *autênticos* da tradição cultural e da identidade regional.

Conclusões

O tecido cultural híbrido, na festa junina, forma-se através da junção de coisas diversas, de elementos heterogêneos pertencentes a universos imaginários diferenciados o que faz ela ser um produto cultural resultante de coisas misturadas. As narrativas publicitárias, da mídia, dos organizadores, representantes dos órgãos públicos oficiais, que instituem o evento *Maior São João do Mundo* tomam elementos (símbolos da festa, imagens...) e sentidos deles derivados, imaginariamente pertencentes ao universo cultura tradicional, reorganizam seus sentidos e vínculos identitários, segundo a lógica urbano-industrial e a dinâmica indústria cultural, transformando a festa em um grande espetáculo para as massas. Ao mediar os sentidos instituídos eles ressignificam o ritual, formando a rede de significados que enreda a festa junina no presente. Enquanto que os participantes, ao reelaborarem imaginariamente, as novas regras e a dinâmica que movem festa atual baseiam-se nas suas recordações e lembranças, registradas na memória. Nela, os traços afetivos com a ordem do ritual, com os elementos tradicionais da festa e seus significados encontram-se mais ou menos *intactos*, uma vez que estes se apóiam em uma configuração social e princípios orientadores que tem como referência os valores instituídos pela tradição (cultura popular) do festejo no passado.

A festa junina como conjunto unitário de imagens e significações, só pode compreendida se for levada em consideração, os embates entre forças opostas e heterogêneas que a fizeram o evento emergir, os interesses em jogo nessa luta, a constante reinvenção do ritual, a fruição de sentidos e dos descompassos entre as diversas narrativas que mediam a trama da rede significativa. Desta maneira, o *Maior São João do Mundo*, por meio das

suas imagens e narrativas, por meio da sua pedagogia complementar e juntora dos *cacos* espalhados e dispersos no espaço e no tempo, se coloca como síntese das mediações no processo de construção e solidificação da noção de identidade regional e da *cultura nordestina*.

A festa junina é fruto do hibridismo e dos descompassos entre projetos heterogêneos. Nesse processo, elementos contínuos e descontínuos, diversificações de sentido que se encontram e que se entrelaçam, compõem assim a cadeia significativa da festa. Nessa dinâmica, de trocas intermitentes entre as significações que flutuam, permeando o instituído e o instituinte, os sentidos não se homogeneizam nem a tradição fica fadada à morte, mas é nos hibridismos, no fluxo das interações constantemente reinventadas, que o ritual é revivido e recriado.

Por isso, não se pode falar em uma imagem ou configuração unitária da festa junina; ao contrário, é com base na heterogeneidade das imagens que proliferam os sentidos e que se assenta a imagem unitária da festa. O projeto moderno da festa, representado pelo *Maior São João do Mundo*, de *resgate* da tradição, do passado, das raízes identitárias e dos valores da *cultura nordestina*, transforma-se e é reelaborado, recriado, reinventado e inventado com base no hibridismo e na derivação de sentidos que o jogo interativo proporciona.

Dessa forma, não é suficiente constatar, descrever e analisar a festa junina como um produto da indústria cultural. Obviamente, ela vem informada pelos esquemas da indústria cultural, porém sua significação não se esgota nesse código. O *Maior São João do Mundo* é um evento que faz parte da cultura urbana industrializada do consumo, é uma mercadoria, porém a festa ultrapassa esse

estatuto, já que no plano das significações, das percepções dos seus agentes, ela se apresenta de maneira diversificada.

Tais fatos, levam a refletir sobre o significado da expressão popular no Brasil contemporâneo, inclusive no Nordeste, onde a persistência da cultura tradicional é maior do que em outros centros industrializados, onde o ritmo das mudanças é muito intenso. Nesse processo de transformações, a expressão cultura popular é absorvida no bojo dos mecanismos que não são mais os originais. Na festa junina, expressão da cultura popular e da cultura tradicional nordestina, gestada em uma experiência social definida historicamente, essas relações levam a uma nova configuração do festejo. A expressão cultura popular não pode ser pensada apenas a partir do estatuto da indústria cultural, mas é preciso analisá-la levando-se em consideração também o plano das construções dos significados dos seus agentes, das interações de sentido e das reinvenções que surgem a partir desse processo.

Isto leva a outras implicações de caráter analítico, envolve perceber as manifestações culturais e sua dinâmica diferentemente da perspectiva que estabelece demarcações rígidas e fronteiras intransponíveis entre o popular e o erudito, o tradicional e o moderno, o sagrado e o profano, o rural e o urbano, o passado e o presente, o instituído e o instituinte, o permitido e o proibido, a realidade e a ficção, entre outras esferas polarizadas. É necessário compreender tais dimensões em seus cruzamentos, entrecruzamentos que se misturam às temporalidades diversas entre pólos divergentes, os quais se mesclam e se separam dialeticamente nas construções de significado, produzindo um tecido cultural híbrido.

Festa Junina:
Hibridismo Cultural

Valdir Morigi

BIBLIOGRAFIA

CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Edusp, 1997.

CANDIDO, Antônio. *Os parceiros do Rio Bonito: estudo sobre o caipira paulista e a transformação dos seus meios de vida*. 2. ed. São Paulo: Livraria Duas Cidades, 1971.

CASTORIADIS, Cornelius. *A instituição imaginária da sociedade*. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

ELIADE, Mircea. *O mito do eterno retorno*. São Paulo: Mercúrio, 1992.

ECKERT, Cornélia. Passado e presente de devoção na padroeira dos mineiros de carvão. Estudo da festa de Santa Bárbara no Brasil e na França. *Ensaio de Antropologia Social*, Porto Alegre, UFRGS, 1992. p.55-77

GOLBENBERG, Ricardó. *Goza! Capitalismo, globalização e psicanálise*. Salvador, 1997

HALBWACHS, Maurice. *Memória Coletiva*. São Paulo: Vértice, 1990.

HALL, Stuart. *Identidades culturais na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1997.

HOBSBAWM, Eric; RANGER, Terence. (Org.). *A invenção das tradições*. 2 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997. (Col. Pensamento Crítico, 55).

LE GOFF, Jacques. Documento/monumento. *Enciclopédia Einaudi*. Lisboa: 1 Memória-História).

MAFFESOLI, Michel. *A sombra do Dionísio: contribuição a uma sociologia da orgia*. Rio de Janeiro: Graal, 1985.

MORIGI, Valdir J. *Imagens recortadas tradições reinventadas: as narrativas da festa junina em Campina Grande - Paraíba*. São Paulo: FFLCH/USP, 2001 [Doutorado em Sociologia]

RIGAMONTE, Rosani Cristina. *Sertanejos contemporâneos: entre a metrópole e o sertão*. 1997. Dissertação (Mestrado em Antropologia) -

Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo.

PERIÓDICOS

AGRA, Romero Figueiredo. Samba, pamonha e forró. *Jornal da Paraíba*, Campina Grande, 22 jun. 1999. Opinião, p. 4.

AINDA não acabou. *Diário da Borborema*, Campina Grande, 1 jul. 1999. Variedades, p. 1.
 ARAÚJO, Fátima. Festas de São João. *Correio da Paraíba*, João Pessoa, 24 jun. 1999. Cultura, p.3.

ARAÚJO, Rogéria. Rede mundial de computadores leva a festa até você. *Correio da Paraíba*, João Pessoa, 25 jun. 1999. *Cademo 2*, p. 1.

ARRASTA pé comercial. *Diário da Borborema*, Campina Grande, 6 jun. 1999. Cultura, p. 2.

ATRAÇÕES artísticas comandam os festejos no Parque do Povo. *Jornal da Paraíba*, Campina Grande, 5 jun. 1999. Cidade, p. 7.

BALANÇO do São João. *Diário da Borborema*, Campina Grande, 3 jul. 1999. Geral, p. 6
 CAMPINA GRANDE TURÍSTICO, 1999 (Folder)

CAMPINA banca forró por um mês. *A União*, João Pessoa, 13 jun. 1999. Primeira página.

CAMPINA é só forró. *Diário da Borborema*, Campina Grande, 5 jun. 1999. Variedades, p. 1.

CAMPINA invade o Brasil. *Diário da Borborema*, Campina Grande, 17 jun. 1999. Geral, p. 6.

CAMPOS, Humberto de. Festas Juninas. *Diário da Borborema*, Campina Grande, 1999. p. 8.

CAPILÉ anima festa hoje. *Correio da Paraíba*, João Pessoa, 24 jun. 1999. Cidades, p. 1.

CAPITAL também tem "trem de forró". *Jornal da Paraíba*, Campina Grande, 22 jun. 1999. João Pessoa, p. 5.

CATÓLICOS se reúnem no Parque do Povo. *Jornal da Paraíba*, Campina Grande, 23 jun. 1999. Geral, p. 7.

Festa Junina:
Híbridismo Cultural

Valdir Morigi

CAVALCANTE, Cleide. Gostinho de festas juninas. *A União*, João Pessoa, 26 jun. 1999. Cultura, p. 17.

COMÉRCIO cresce a cada ano. *Diário da Borborema*, Campina Grande, 6 jun. 1999. Cotidiano, p.1.

E haja forró! *Diário da Borborema*, Campina Grande, 22 jun. 1999. Variedades, p. 1.

E o arrasta pé continua. *Diário da Borborema*, Campina Grande, 25 jun. 1999. Cultura, p. 2.

É só forró. *Diário da Borborema*, Campina Grande, 20 jun. 1999. Cultura, p. 2.

ÊTA forró "arretado". *Diário da Borborema*, Campina Grande, 12 jun. 1999. Variedades, p. 1.

FELIPPE, Ana. A cozinha típica do São João. *A União*, João Pessoa, 20 jun. 1999. Jornal de Domingo, p. 27.

_____. Santo Antônio, o casamenteiro. *A União*, João Pessoa, 13 jun. 1999. Jornal de Domingo, p. 25-26.

FERNANDES, D. Luis. Enfim, São João. *A União*, João Pessoa, 9 jun. 1999. Opinião, p. 2.

FESTA acaba com muito forró. *Diário da Borborema*, Campina Grande, 2 jul. 2000. Cultura, p. C4.

FESTA entra em ebulição. *Diário da Borborema*, Campina Grande, 22 jun. 1999. Geral, p. 6.

FESTA para namorados. *Jornal da Paraíba*, Campina Grande, 12 jun. 1994.

FESTEJOS chegam ao pique hoje. *Diário da Borborema*, Campina Grande, 23 jun. 1999. Cotidiano, p. 1.

FESTIVAL estadual de quadrilhas na reta final. *Jornal da Paraíba*, Campina Grande, 15 jun. 1999. Caderno 2, Cultura, p. 1.

FINALÍSSIMA do Forró Fest no Parque do Povo. *Jornal da Paraíba*, Campina Grande, 19 jun. 1999. 1ª Página.

FOGUEIRA: pequena a venda de lenha. *Jornal da Paraíba*, Campina Grande, 24 jun. 1999. Cidade, p. 8.

FOI maior do que sempre! *Jornal da Paraíba*, Campina Grande, 4 jul. 1999. Caderno 2, p. 1.

FORRÓ Fest premia a 'nordestinidade'. *Jornal da Paraíba*, Campina Grande, 22 jun. 1999. Especial, p. 6-7.

FORRÓ Fest realiza sua finalíssima. *Jornal da Paraíba*, Campina Grande, 19 jun. 1999. Caderno 2, Cultura, p. 1.

LEONARDO deve 'incendiar' festa no Parque do Povo. *Jornal da Paraíba*, Campina Grande, 24 jun. 1999. Cidade, p. 8.

MARINÉS – A vida toda dedicada ao forró. *Jornal da Paraíba*, Campina Grande, 20 jun. 1999. Caderno 2, Cultura, p. 1.

NÃO pare sanfoneiro. *Diário da Borborema*, Campina Grande, 26 jun. 1999. Variedades, p. 1.

OLIVEIRA, Fred. Fogueiras devem consumir 415 toneladas de madeira. *Correio da Paraíba*, João Pessoa, 24 jun. 1999. Cidades, p. 5.

ORGANIZADORES esperam 60 mil pessoas na abertura do São João. *Correio da Paraíba*, João Pessoa, 4 jun. 1999. Cidades, p. 5.

PAPEL da festa junina em debate. *Diário da Borborema*, Campina Grande, 23 jun. 1999.

PEREIRA, Itan. Mais um São João. *A União*, João Pessoa, 3 jun. 1999. Opinião, p. 2.

PREÇO de milho dispara na feira. *Jornal da Paraíba*, Campina Grande, 24 jun. 1999. Cidade, p. 8.

PREÇOS dos fogos apresentam variação de até 300% em JP. *Correio da Paraíba*, João Pessoa, 24 jun. 1999. Economia, p. 10.

QG do forró terá posto médico. *Diário da Borborema*, Campina Grande, 4 jun. 1999. Economia, p. 6.

QUADRILHAS campeãs recebem hoje premiação. *Jornal da Paraíba*, Campina Grande, 1 jul. 1999. Caderno 2, Cultura, p. 1.

RAMOS, Vanuza. Forró Fest premia a 'nordestinidade'. *Jornal da Paraíba*, Campina Grande, 22 jun. 1999. Especial, p. 6-7.

SANTO Antônio ajudou. *Diário da Borborema*, Campina Grande, 15 jun. 1999. Variedades, p. 1.

SÃO João em Santa Rita. *Diário da Borborema*, Campina Grande, 23 jun. 1999.

SÃO João marcado por dois assassinatos. *Jornal da Paraíba*, Campina Grande, 26 jun. 1999. Policial, p. 8.

SEGURANÇA elabora plano para São João de Campina. *Jornal da Paraíba*, Campina Grande, 3 jun. 1999. Geral, p. 8.

SHOW de atrações no ápice da festa. *Jornal da Paraíba*, Campina Grande, 23 jun. 1999. Cidade, p.7.

SOB as bênçãos de Santo Antônio. *Diário da Borborema*, Campina Grande, 13 jun. 1999. Cultura, p.2.

TÁ chegando a hora. *Diário da Borborema*, Campina Grande, 4 jul. 1999. Cultura, p. 5.

"TREM do forró" anima São João. *Correio da Paraíba*, João Pessoa, 12 jun. 1999. Cidades, p. 6.

TREM ferroviário' faz 3ª viagem. *Jornal da Paraíba*, Campina Grande, 24 jun. 1999. Cidade, p. 8.

UMA viagem no tempo. *Diário da Borborema*, Campina Grande, 24 jun. 1999. Cultura, p.2.

VAI começar o arrasta pé. *Diário da Borborema*, Campina Grande, 17 jun. 1999. Variedades, p. 1.

VIVA São João! *Diário da Borborema*, Campina Grande, 23 jun. 1999. Variedades, p. 1.

ZEQUINHA, o sanfoneiro. *Jornal da Paraíba*, Campina Grande, 10 jun. 1999. Opinião, p. 4.

