

SÔNIA MARIA BATISTA DE SOUSA

JOVENS, CULTURA POPULAR E CONSUMO MASSIFICADO:

Um estudo sobre a Festa do Rosário de Pombal

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Departamento de Ciências Sociais e Humanas

Área de Ciências da Educação

LISBOA
2009

SÔNIA MARIA BATISTA DE SOUSA

JOVENS, CULTURA POPULAR E CONSUMO MASSIFICADO:

Um estudo sobre a Festa do Rosário de Pombal

Dissertação apresentada na Universidade Lusófona de
Humanidades e Tecnologia para obtenção do grau de
Mestre em Ciências da Educação

Orientador Científico

Professora Doutora Maria Otilia Telles Storni

UFPB – João Pessoa – Paraíba – Brasil

Co-Orientador Científico

Professor Doutor António Teodoro

ULHT – Lisboa – Portugal

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Departamento de Ciências Sociais e Humanas

Área de Ciências da Educação

LISBOA
2009

“Que espírito é tão cego e vazio que não entenda que o pé humano é mais nobre que o sapato que o calça, e que o corpo humano é mais precioso do que as vestes com que o cobrimos?”

Michelangelo

DEDICATÓRIA

A **Deus**, pela força que me deu para conseguir vencer mais uma etapa da minha vida acadêmica, proporcionando-me as condições necessárias para a realização deste trabalho que me oportunizou grande crescimento.

À **minha família**, em especial meus pais Zuca e Luzia, cuja medida de incentivos para minha vida foram sem medida sempre.

AGRADECIMENTOS

Desejo assinalar meu reconhecimento à Professora Doutora Maria Otilia Telles Storni, que foi mais que uma orientadora, uma incentivadora com boa vontade de me passar seus conhecimentos e apoio.

Aos meus irmãos João Neto, José Filho e à Célia, como se fosse minha irmã.

Às sobrinhas Ellise, Juliane, Bia e Ana Luíza e a João Pedro, que é como um sobrinho.

Aos professores da ULHT, especialmente o Professor Doutor António Teodoro.

Aos colaboradores Paulo, Pedro, Tiago, Daniel, Wyama, Gerlândia, Tarciana, Tarcísio, Monalisa e todos os que se dispuseram francamente a me ajudar na realização deste trabalho.

À Instituição “Arruda Câmara” e todo o seu corpo docente, representado pelo diretor José Lucena, que me renderam apoio e compreensão.

Às amigas e primas que tornaram a minha vida acadêmica muito mais divertida: Sheila, Fátima, Renata e Auta Aglair (Sula).

A Verneck Abrantes, um incentivador do conhecimento cultural de Pombal.

Aos colegas de turma, em especial Martinho Salgado, pelo companheirismo, partilha e força.

Aos meus amigos, os que estão próximos e os mais distantes, por nunca me deixarem esquecer a nossa história de vida.

RESUMO

O objeto dessa pesquisa é o estudo da juventude e sua inserção ou não na cultura do consumo massificado pós-moderno no cenário histórico tradicional da Festa do Rosário, que tem mais de cem anos de existência na cidade de Pombal/PB. O problema desta investigação foi sintetizado pela seguinte pergunta: Quais são as representações simbólicas dos jovens de ensino médio a respeito da comparação entre a cultura tradicional e do consumo moderno, que vêm sendo mescladas na Festa do Rosário de Pombal/PB? Descobrimos que o consumismo foi incorporado às tradições históricas desta cidade através da prática imperativa de se medir simbolicamente a posição das pessoas pelo que elas supostamente têm e pelo que elas “podem” comprar e exibir, especialmente no decorrer das comemorações da festa do Rosário. Esta mentalidade reproduz a radiografia da sociedade de Pombal/PB, que é baseada em dois pólos, os ricos e pobres, que hoje são representados pelos que “podem” consumir e os que supostamente não têm poder aquisitivo. Em suma, as tradições deste contexto social foram traduzidas para os tempos modernos e de cultura de consumo. Os autores que inspiraram esta pesquisa foram: Gramsci (1986 e 1989), Martín-Barbero (1997), Canclini (1995), Featherstone (1995), Debord (1997), Hall (1996 e 1999), Dupas (1999), além de Seixas (2004), o historiador de Pombal, entre outros.

Palavras chave: Jovens. Cultura Popular Tradicional. Cultura do Consumo Massificado.

ABSTRACT

The object of this research is the study of youth and its insertion or not in post-modern massified consumption culture in traditional historic scenery of Rosário's Party, that have more than a hundred years of existence in Pombal/PB city. The problem of this investigation can be synthesized by the follow question: Which are the symbolic representations of the young people of College about the comparison between the traditional culture and the modern consumption, what came being mixed in Rosário's Party of Pombal/PB? We discovered that the consumptions was incorporated to the historic traditions of this city across the imperative practice of to measure symbolically the social position of the persons by what they supposed have and by what they "can" purchase and show, specially in pass away the Rosários's Party commemorations. This mentality reproduces the society's radiography of Pombal/PB, which is based in two poles, the riches and the poorest people, which today are represented by whose "can" consume and by the people that supposedly haven't acquisitive power. In summa, the traditions of this social context were translated to modern times of consumption culture. The authors that inspirited this research were: Gramsci (1986 e 1989), Martín-Barbero (1997), Canclini (1995), Featherstone (1995), Debord (1997), Hall (1996 and 1999), Dupas (1999), beyond Seixas (2004), the Pombal's historiographer, between others.

Key-words: Young persons. Traditional Popular Culture. Massive Consumption Culture.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
CAPÍTULO I - A APROXIMAÇÃO COM O OBJETO DE PESQUISA	12
CAPÍTULO II - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	25
CAPÍTULO III - A FESTA DO ROSÁRIO EM POMBAL	43
CAPÍTULO IV - A JUVENTUDE E O CONSUMO NA FESTA DO ROSÁRIO	59
CONSIDERAÇÕES FINAIS	104
REFERÊNCIAS	112
APÊNDICES	118
Apêndice A - ROTEIRO DE ENTREVISTA DOS JOVENS - ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA	119
Apêndice B - ENTREVISTA COM GRUPO DE JOVENS SOBRE A CULTURA POPULAR TRADICIONAL DA FESTA DO ROSÁRIO DE POMBAL	120
Apêndice C - ENTREVISTA EM GRUPO COM JOVENS SOBRE CONSUMO DE MASSA E CULTURA POPULAR DA FESTA DO ROSÁRIO DE POMBAL	121
Apêndice D - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	122
ANEXO	123
Anexo A - RELATÓRIO SOBRE A BRASIL OITICICA	124

INTRODUÇÃO



Figura 1: Vista aérea panorâmica da cidade de Pombal nos anos 90.

FONTE: Acervo pessoal (1999)



Figura 2: O Cruzeiro - Marco histórico da cidade de Pombal.

FONTE: Acervo pessoal (2000)

A proposta desta dissertação é a de analisar o comportamento dos jovens e sua inserção – ou não – na cultura do consumo massificado pós-moderno no cenário histórico tradicional da Festa do Rosário de Pombal/PB. Esta festa, que tem mais de cem anos de existência, é um evento muito importante para os habitantes desta cidade porque, através dela, podemos ter uma radiografia social desta cidade além de ser um ponto de encontro entre os que ali residem e os que nela nasceram, mas, moram fora.

A programação tradicional da festa conta com novenas, procissões para levar e trazer o rosário da santa do mesmo nome, cuja devoção é a principal motivação da comemoração. Há também amostras de danças apresentadas por grupos de cultura popular de origem afro-brasileira, como os Pontões, Congos e Reisados, cujos componentes são membros da Irmandade de N. Sra. Do Rosário, que é a promotora deste evento.

No entanto, desde os anos 90 do século XX, têm surgido novos espaços que foram acrescentados aos antigos: é o Encontro dos Filhos de Pombal, onde as pessoas da cidade comemoram a chegada dos que residem fora de Pombal, além das festas residenciais, bailes com bandas famosas de vários lugares do Brasil, o banho do Rio, que é um lazer diurno, e muitas barracas e comidas tradicionais da região que são montados no decorrer da semana em que ocorre esta comemoração.

É nesses espaços que os participantes da festa exibem, além de suas roupas novas, os objetos eletro-eletrônicos de consumo massificado, como câmeras digitais de múltiplas funções, aparelhos celulares, máquinas fotográficas, relógios caros, entre outros objetos. Há até sofisticados aparelhos de som que são acoplados nos carros exibidos pelos jovens, através dos quais fazem os chamados “paredões”, que são disputas para ver quem tem o som mais alto e potente dos seus veículos. Os jovens que participam dessas exposições tendem a não dar valor aos eventos devocionais e tradicionais da festa, como as novenas, procissões e apresentações da cultura popular afro-brasileira.

Observou-se então que as pessoas, especialmente os jovens se medem pela sua capacidade de consumir e exibir os esses produtos que são divulgados pelos meios de comunicação de massa, em detrimento dos aspectos

tradicionais desta festa. A principal imagem deste evento é a de pequenas multidões concentradas em cada um desses espaços específicos de cada categoria social da sociedade de Pombal: os “pobres”, que estão sempre nas comemorações religiosas, as crianças, que vão para os parques de diversões montados próximos da igreja do Rosário, e os “ricos”, que estão nos bailes das bandas e os que vão para o espaço do Encontro, no Largo do Centenário em frente à igreja do Rosário.

Esta pesquisa, que foi de natureza qualitativa e documental, focalizou na parte empírica, os jovens estudantes do ensino médio de duas escolas, uma pública e outra particular. Os principais autores que deram suporte teórico a esta pesquisa foram: Gramsci (1986 e 1989), Martín-Barbero (1997), Canclini (1995), Featherstone (1995), Debord (1997), Hall (1996 e 1999), Dupas (1999), além de Seixas (2004), o historiador de Pombal, entre outros.

Esta dissertação foi organizada em quatro capítulos além desta introdução e as considerações finais. No capítulo I estão os primeiros dados históricos sobre Pombal/PB e a festa do Rosário, além da apresentação da justificativa e dos dados metodológicos, como o problema, objetivos, técnicas de pesquisa e a descrição da investigação empírica propriamente dita. No segundo estão os dados da fundamentação teórica deste estudo. O terceiro capítulo apresenta os dados sobre a situação socioeconômica de Pombal, outros dados históricos e a descrição etnográfica da festa. No quarto e último capítulo estão as representações dos jovens focalizados nesta pesquisa sobre a cultura de consumo massificado que eles compartilham no cenário da festa do Rosário de Pombal/PB.

CAPÍTULO I

A APROXIMAÇÃO COM O OBJETO DE PESQUISA



Figura 3: Largo da Igreja Nossa Senhora do Rosário - Pombal - PB.

FONTE: Acervo pessoal (2005)

"Quando os homens são medidos por seu dinheiro e as mulheres só por sua aparência, ainda temos muito caminho pela frente para criar um sentido de valor para a nossa sociedade".

Laurie Beth Jones

O objeto dessa pesquisa é o estudo da juventude e sua inserção na cultura do consumo pós-moderno num cenário histórico tradicional como o da Festa do Rosário, promovida pela irmandade do mesmo nome, que tem mais de cem anos de existência.

A mescla das práticas do consumo da cultura de massa e da participação na audiência das apresentações da cultura popular é o que distingue os jovens consumidores pombalenses do restante do mundo. Em outras palavras, é a entrada dos valores do consumo externo do mundo capitalista na Festa do Rosário, com suas combinações simbólicas específicas como os do universo tradicional local. Encontramos várias e significativas oposições binárias neste evento: Festa dos Negros Pobres X Festa dos Brancos Ricos, Festa dos Habitantes Locais X Festa dos Habitantes que Moram Fora, Festa das Tradições X Festa das Inovações, enfim, é a Festa da Fé, do Encontro, da Aparência, da Inclusão e Exclusão, do Rural e Urbano, tudo ao mesmo tempo e no mesmo cenário.

Neste contexto concomitante do global e local – o *Glocal* (DUPAS, 1999) – a cultura popular local incorpora a produção da indústria cultural global, e algumas tradições se opõem ao consumo e são desvalorizadas pelos jovens. Estes vivem o processo de inserção no mundo do consumo inovador, no qual as tradições da festa do Rosário não estão inseridas. Isto ocorre porque elas - as tradições - permanecem quase inalteradas, e sendo assim, ficam deslocadas desse processo de transformação por não alcançarem o ritmo de consumo de produtos como os de vestuário e lazer, que são sedutores e glamourosos, razão pela qual encanta a todos especialmente os jovens.

No entanto, para a população rural e os devotos de todas as categorias populacionais de Pombal, o núcleo religioso original da festa do Rosário – novenas, procissões com os translados do rosário - continua vivo e fortemente arraigado pela força da fé dos participantes desta cidade em Nossa Senhora do Rosário. Vale lembrar que eles têm nesta festa uma data de júbilo e por isso é um ponto do calendário para o qual todos se preparam para comemorar recebendo convidados de fora e usando roupas especiais.

A agenda tradicional da festa, que inclui as danças dos Pontões, Congos, Reisados e a celebração do último dia não tiveram grandes alterações, mas, as mudanças com a oferta de produtos de lazer modernos foram sendo acopladas gradativamente a esse evento, como círculos concêntricos que foram se alargando com o passar do tempo. Foram acréscimos tanto em nível simbólico/ideológico quanto em termos materiais, com comemorações paralelas e eventos, tanto públicos quanto os restritos a pequenos grupos, que ocupam diversos espaços dentro do cenário dessa festa.

É importante ressaltar que não se pretende fazer apologia das tradições em detrimento do presente, nem o contrário, ou seja, a louvação do passado em prejuízo das práticas atuais. Ambos os aspectos convivem no espaço da festa e é essa mistura que nos interessa analisar, até porque um não existe sem o outro lado, embora que ambos pareçam se distanciar por serem aparentemente distintos.

Neste cenário da Festa do Rosário pretende-se estudar as representações de alunos de ensino médio de duas escolas, uma pública estadual e outra de ensino privado de Pombal/PB, sobre os seus aspectos tradicionais e de consumo moderno. A escolha do tema surgiu da nossa curiosidade particular pela cultura local e regional e da sua importância para a nossa sociedade como um todo.

A motivação para realização desse trabalho prende-se à nossa trajetória de vida profissional como professora do ensino médio do alto sertão da Paraíba, pois testemunhamos a falta de interesse dos jovens em preservar e difundir alguns aspectos da cultura popular sertaneja, quais sejam, as danças dos Pontões, Congos e Reisados. Ressalte-se que elas são de origem afro-brasileiras e suas apresentações são vistas no pátio da Igreja principalmente nos últimos dias da festa. É importante notificar que esses grupos de cultura popular fazem parte da festa de N. Sra. do Rosário e só se apresentam nessa comemoração de Pombal, embora haja outras celebrações em homenagem a essa Santa na Paraíba e no Brasil.

Ocorre que seus praticantes estão ficando idosos e tememos que elas desapareçam junto com seus componentes. Por essa razão tentamos incluir as

danças nas festas folclóricas escolares para formar novos quadros de participantes das apresentações deste festejo, mas, deparamo-nos com o quase total desinteresse dos jovens nessa empreitada. Nas conversas com os alunos descobrimos o grande interesse deles pelos produtos de lazer importados da cultura massiva que foram incorporados à festa. Observamos também a absorção de práticas de consumo de produtos da cultura massificada como roupas, modismos, aparelhos eletrônicos portáteis, danças e outros veiculados pela TV e comércio. A mescla da cultura popular e cultura do consumo moderno configurou-se então como o nosso objeto de pesquisa.

A pesquisa se justificou primeiramente porque, apesar de haver diversos estudos históricos sobre esse evento, nenhum autor focalizou a temática da juventude, suas representações sobre a participação na festa do Rosário de Pombal e seu futuro pelo fato de ser vinculado ao consumo de produtos distintos das tradições.

Além disso, permitiu o aprofundamento sobre as mentalidades dos jovens em relação à sua cultura do consumo, para ver qual é a proporção da combinação dos valores antigos e novos nos seus comportamentos. Em suma, os resultados da pesquisa apontaram alguns dos elementos de identidade cultural e emocional dos informantes, e verificamos que há uma forte valorização das elites cuja caracterização vem ocorrendo com base no poder de consumo de seus componentes.

Para mostrar a especificidade desta festa apresentaremos, a seguir, alguns dos seus dados históricos, embora este aspecto não seja central nesta pesquisa. Ela acontece no primeiro domingo de outubro de todos os anos onde se dão as já citadas manifestações locais da cultura popular, com exceção dos anos eleitorais, quando é postergada para o domingo seguinte. Nessa época pode-se assistir, além das danças folclóricas afro-brasileiras e as procissões que carregam o rosário pela cidade, a coroação da rainha do Rosário, promovida pela Irmandade do mesmo nome, que por sua vez é composta por um grupo de participantes que inclui os dançadores dos Pontões, Reisados, e Congos. É, sobretudo, uma festa de devoção e a população credita à Nossa Senhora do

Rosário muitas graças e milagres, conforme relata Seixas (2004, p. 384), que explica melhor esse evento:

A Irmandade do Rosário foi instituída, efetivamente, para a coroação da referida festa. Era a festa dos *negros* em cuja data os escravos obtinham dos seus senhores relativa liberdade para tributar *um culto especial de hiperdulia à ínclita Senhora do Rosário*. Tornou-se tal festa tradicional e chegou até os nossos dias, embora sem mais aquela beleza primitiva, que se vão perdendo, no curso dos tempos, por falta de zelo e conservação por parte do Poder Público. Ainda existe hoje, nos arquivos velhos da paróquia de Pombal, os documentos de compromisso da Irmandade do Rosário, segundo os quais se depreende o despacho conferido pelo Bispo de Olinda, D. João Fernandes Tiago Esberardi, ao preto e confrade Manoel Antônio de Maria Cachoeira, que saíra a pé de Pombal até aquela cidade com o fim de receber do prelado olindense o documento de ereção canônica para criação da referida irmandade. De acordo com aquele despacho, firmado em 18 de julho de 1895 pelo escrivão de registro da Comarca Eclesiástica de Olinda e autorizado pelo mesmo bispo, ficava instituída a irmandade que deu origem à festa do Rosário em Pombal.

No início da história da Festa do Rosário, que era promovida pela irmandade do mesmo nome, este evento reunia principalmente os habitantes de origem africana e que eram humildes, para louvarem a santa que era considerada por eles como protetora (SEIXAS, 2004). Depois que surgiram os milagres e graças atribuídos a Nossa Senhora do Rosário, as famílias de renome começaram a participar desta festa. Uma das características mais marcantes desse evento é que, no seu decorrer, as elites de Pombal se apresentavam com destaque como se fossem os figurantes centrais da mesma. De acordo com este autor, desde a sua criação, ainda no século XIX, as famílias consideradas ilustres e poderosas de Pombal eram colocadas em palanques especiais e tinham também o hábito de circularem entre as pessoas para serem cumprimentadas e aclamadas.

A imagem deste fenômeno era a de uma pequena elite poderosa e rica sendo reverenciada pelo restante das pessoas que se apresentavam como pobres e subalternos da sociedade de Pombal. Enfim, a radiografia social da cidade surgia com toda a visibilidade nesta festa. É importante informar aqui que

a celebração das autoridades, dos ricos e poderosos, em qualquer circunstância, vem ocorrendo desde o século XVIII, quando foi criada em 04 de maio de 1772 a Vila Nova de Pombal (SEIXAS, 2004).

Segundo Galiza (1979), esta povoação se transformou mais tarde na sede de uma das poucas comarcas da Paraíba em 1831, e seu poder de comando atingia um amplo território, que incluía Campina Grande, Patos, Piancó, Souza e excedia inclusive o atual mapa deste estado alcançando parte do atual Rio Grande do Norte. Os proprietários de latifúndios da antiga administração de Pombal formaram famílias e oligarquias poderosas cujos nomes são reverenciados até hoje, especialmente durante a festa do Rosário, mesmo que não tenham mais riqueza material. São as chamadas famílias “importantes” de Pombal. Ou seja, as autoridades desta vila tinham poder de comando sobre mais da metade da Paraíba, e como tais elas tinham acesso aos poderosos da administração colonial e do império, pois, seu poder de decisão ia além da sua força econômica.

Em 1829 foi criada uma agência do Correio Público, que foi regulamentada através da Diretoria Geral dos Correios do Império, o que mostra a importância deste município na antiguidade, segundo Abrantes (2002). Nesta mesma fonte consta que em 1916 o município de Pombal possuía 18 engenhos de rapadura, 9 fábricas a vapor e 3 à tração animal para descaroçar algodão. Esta cidade já foi considerada a maior produtora de amêndoa de oiticica, que era usada para a fabricação de óleo cuja exploração foi feita pela Brasil Oiticica S/A, inaugurada em Fortaleza em 1937 do século XX.

Em documento manuscrito¹ (Anexo A) feito por Cacilda Medeiros de Queiroga, esposa do gerente administrativo dessa indústria, que ocupa a residência oficial da massa falida da Brasil Oiticica S/A, até hoje esta indústria foi uma filial da fábrica de Fortaleza e foi fundada por um grupo de americanos que tinham o objetivo de extrair o óleo da oiticica, uma planta nativa encontrada na região de Pombal, sertão da Paraíba. Segundo essa informante, da fundação até meados dos anos 80, a indústria ofereceu oportunidades de emprego a mais de 100 famílias da região. Vejamos parte do relato dessa colaboradora:

¹ Ver cópia do original em anexo dessa dissertação.

O óleo da oiticica era destinado à fabricação de tintas a óleo (esmalte sintético), principalmente da (Indústria de tintas) Ypiranga. A sobra do produto que se extraía o óleo, destinava-se a muitos outros fins, principalmente comida para o gado e fabricação de sabão. Com o passar do tempo as máquinas se multiplicaram e se aperfeiçoaram melhorando também a tecnologia aplicada. Então, os empresários resolveram pesquisar e verificar a possibilidade de tais equipamentos novos trabalharem e beneficiarem o algodão, já que a região era também a mais propícia para tal fim e assim passaram (a) comprar algodão cujo beneficiamento ofereceu (à) região maior oferta de emprego(s) direto(s) e indireto(s) e isso trazia ao município uma renda considerável pois os impostos pagos pela empresa cobriam, na época, quase o total da despesa mensal do município, porque o pagamento de tais impostos, era feito de modo correto e honesto, com total ausência de sonegação.

O óleo extraído da oiticica era exportado para várias partes do Brasil e do mundo, inclusive para Moscou, e saíam daqui semanalmente intermináveis filas de vagões do trem, carregados de óleo. A Brasil Oiticica viveu seu apogeu nas décadas de 50, 60 e 70 até meados dos anos 80, e finalmente no ano de 1988 o principal acionista, o presidente do grupo, o senhor Márcio Carneiro deu um enorme golpe financeiro fugindo com o dinheiro para (a) Suíça deixando os funcionários, principalmente os encarregados chefes e presidentes das repartições instalados nos diversos locais onde havia grupo da Brasil Oiticica como: Fortaleza, Pombal, Iguatu, Icó, Crato, Juazeiro e Cedro, perplexos, acuados, decepcionados e impotentes, sem nada poderem fazer (QUEIROGA, 2007, p. I-IV).

O declínio econômico de Pombal na atualidade aumentou com o fechamento dessa indústria, junto com a queda da produção algodoeira no final dos anos setenta e início dos anos oitenta do século XX, causando desemprego e instabilidade do capital de giro da região. Vale ressaltar que a vida da cidade girava em torno do movimento da Brasil Oiticica S/A, desde o despertar, com o seu apito, até o fechamento com o seu último toque no final da tarde (ARAÚJO, 1997). Toda essa herança da mentalidade dominante dos poderosos se mantém até hoje nos rituais de reverência e subalternidade dos segmentos sociais considerados como “pobres”, conforme observamos hoje nessa festa.

Atualmente esta aclamação que destaca os “ricos e poderosos” dos “pobres e subalternos” se mantém e se reproduz entre os jovens através do consumo distintivo (CANCLINI, 1995). Seus significados de *status* passam pelo critério de ser “bem sucedido” na profissão, de ter cursos superiores com

empregos de prestígio, galgarem postos de destaque político, ou ainda, por serem eleitos, tanto em níveis locais, como estaduais e federais. Mesmo que os componentes dessas elites não tenham mais o mesmo *status*, cargos, poder e riqueza que um dia já portaram, o importante não é o *ser* e sim o *parecer ser* da elite de Pombal (DEBORD, 1997). A festa do Rosário era e ainda é o cenário de demonstração do poder econômico das chamadas famílias importantes que se destacaram na história de Pombal.

Há uma visível e obstinada ênfase no cultivo e manutenção desses comportamentos das pessoas para reforçar os seus aparentes pertencimentos à categoria da elite. A diferença entre o antigo e o novo desses valores é que hoje eles são realimentados com os simbolismos e produtos do consumo moderno, mesmo que para isso as pessoas tenham que fazer esforços financeiros para pagá-los durante o resto do ano. Em outras palavras, muitos dos que já foram ricos e poderosos de Pombal não mais dispõem desses bens e riquezas, mas, ainda assim mantêm seus *status* como tal.

Esse fenômeno tem sido observado pela pesquisadora e autora desta dissertação e foi confirmado por algumas pessoas de Pombal que pertencem às chamadas “famílias boas”. Estas compõem as referidas elites desta cidade, cujas mentalidades são ainda arraigadas nestes valores relacionados à exuberância e signos de destaque dados a alguns sobrenomes dessas famílias.

De acordo com a nossa observação, a introdução dos valores e práticas da cultura do consumo na Festa do Rosário começou a entrar em efervescência no início dos anos 80, com a chegada dos “produtos” que começaram a chamar mais a atenção do que o sentido folclórico tradicional deste evento. Nesta época, de acordo com a memória de várias pessoas, inclusive da autora deste trabalho, começaram a surgir as comemorações paralelas ao núcleo original da festa, com bandas de sucesso que contagiavam a população em geral.

No Brasil a cultura massificada do lazer já havia se consagrado desde os anos 60 com a Jovem Guarda e a indústria fonográfica, que disseminava a prática de festas dançantes e orquestras para incrementá-las. Assim, foram surgindo e se solidificando novos espaços dentro dos ocupados pela cultura tradicional da festa do Rosário. No início dos anos 90 surgiram os Encontros dos

Filhos de Pombal, que se tornaram instâncias de celebração e confraternização entre os conterrâneos que haviam saído da cidade para estudar e/ou trabalhar fora com os que lá permaneciam.

O famoso Encontro teve um sucesso instantâneo, pois, homenageava e dava destaque aos filhos da região com sua cultura universitária e exterior à Pombal, reproduzindo então o lustro atribuído aos “importantes” e “poderosos” de antigamente. Apesar das dificuldades e divergências quanto às formas de organização deste evento paralelo, ele se sedimentou como uma das comemorações obrigatórias do festejo. Detalharemos o comportamento dos jovens e das celebridades locais no capítulo III desta dissertação, pois, aqui é importante destacar apenas os elementos essenciais de nosso estudo. A seguir serão apresentados: os problemas, objetivos e metodologia da nossa pesquisa.

A problematização da temática dos jovens e suas relações com o consumo no cenário da Festa do Rosário podem ser expressas pelas seguintes questões: Quais são os significados do consumo das diferentes culturas juvenis de Pombal no decorrer da festa do Rosário desta cidade? Quais são as formas de participação dos jovens de Pombal nesta mesma festa? Quais são os significados simbólicos do consumo de ostentação dos jovens de Pombal neste cenário?

Os objetivos dessa pesquisa foram:

OBJETIVO GERAL

Analisar as representações simbólicas dos jovens do ensino médio a respeito da comparação entre a cultura tradicional e do consumo moderno massificado, que vêm sendo mescladas na Festa do Rosário de Pombal/PB.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Descrever etnograficamente a festa do Rosário de Pombal/PB;

2. Conceituar as questões relacionadas aos fenômenos de consumo massificado e os desejos e prazeres deles derivados no cenário desta festa;
3. Analisar o mapeamento social dos lugares que as pessoas ocupam neste universo, que é feito através da ostentação da capacidade de compras dos participantes da festa.
4. Observar os modos de participação mais recorrentes dos jovens do ensino médio na Festa do Rosário de Pombal/PB;
5. Detectar as representações simbólicas dos jovens de ensino médio sobre o que consideram como mais importante dentre as diversas manifestações culturais tradicionais, de consumo e lazer moderno, que ocorrem concomitantemente na festa do Rosário de Pombal/PB;

Na metodologia de pesquisa desse estudo foram utilizadas várias técnicas nas diferentes etapas de coleta de dados dessa dissertação. Primeiramente fizemos uma observação detalhada da festa do Rosário de 2005, 2006 e 2007, para elaborarmos a descrição etnográfica da mesma, conforme determina o nosso primeiro objetivo específico de pesquisa. Para facilitar essa tarefa desenhamos um croqui esquemático dos espaços físicos dessa festa.

Essa ilustração foi elaborada para podermos caracterizar as diferentes formas de ocupação físico-geográfica da mesma, tanto em termos de mostrar os locais dos participantes dos rituais de cultura popular, como os de lazer e cultura massificada moderna dos jovens consumidores, que vêm se acoplando à Festa do Rosário. A referida observação foi feita com a ajuda de uma caderneta de anotações cujos dados foram passados para um diário de campo logo após o final de cada dia da mesma. Durante esta fase, a autora desta pesquisa filmou cenas das manifestações de cultura popular e foram gravadas entrevistas semi-estruturadas com jovens, especialmente os que estavam participando dos rituais tradicionais da festa.

A coleta de dados primários foi feita através de entrevistas semi-estruturadas, conforme as orientações de Bogdan e Biklen (1994), os quais enfatizam que a pesquisa qualitativa tem o ambiente natural como sua fonte direta

de dados e o pesquisador como seu principal instrumento. Estes autores lembram que “a entrevista é utilizada para recolher dados descritivos na linguagem do próprio sujeito, permitindo ao investigador desenvolver intuitivamente uma idéia sobre a maneira como os sujeitos interpretam aspectos do mundo” (BOGDAN e BIKLEN, 1994, p. 134).

Esses autores admitem a idéia de que as formas de entrevista podem variar, além do fato de que se pode voltar aos entrevistados para pedir novos esclarecimentos e dados. Os mesmos autores esclarecem:

Nas entrevistas semi-estruturadas fica-se com a certeza de se obter dados comparáveis entre os vários *sujeitos*, embora se perca a oportunidade de compreender como é que os próprios sujeitos estruturam o tópico em questão. Se bem que esse tipo de debate possa animar a comunidade de investigação, a nossa perspectiva é a de que não é preciso optar por um dos partidos. A escolha recai num tipo particular de entrevista, baseada no objectivo da investigação. Para além disso, podem-se utilizar diferentes tipos de entrevista, em diferentes fases do mesmo estudo. Por exemplo, no início do projecto pode parecer importante utilizar a entrevista mais livre e exploratória, pois nesse momento o objectivo é a compreensão geral das perspectivas sobre o tópico. Após o trabalho de investigação, pode surgir a necessidade de estruturar mais as entrevistas de modo a obter dados comparáveis num tipo de amostragem mais alargada (BOGDAN e BIKLEN, 1994, p. 135-136).

Assim, as nossas entrevistas foram feitas em duas etapas iniciais: uma com os alunos da escola pública, e outra com os da escola particular. Depois, verificamos, na sistematização dos dados, que houve alguns assuntos que não foram explorados com os discentes da rede pública. Fizemos então uma nova entrevista com estes últimos, para completar a pesquisa de campo. As entrevistas foram feitas com um grupo de cada uma das duas categorias focalizadas, ou seja, a da instituição educacional pública e a da particular.

Nas entrevistas, a pesquisadora inicialmente explicou o tema e objetivos da pesquisa, e depois de solicitar a permissão por escrito para gravar as respostas, cada pergunta foi lançada para, em seguida, cada um dos alunos dar suas respectivas respostas. Durante as falas de cada um eles faziam comentários

sobre o assunto em questão, havendo até alguns debates sobre os temas mais palpitantes.

É por isso que o roteiro previsto para as entrevistas nem sempre foi seguido à risca, dada a necessidade de se aprofundar em alguma questão não prevista anteriormente. De modo geral as entrevistas transcorreram de forma espontânea, havendo apenas algumas reações dos alunos da escola pública, que ficaram mais tocados com a questão dos sonhos de consumo, já que ela envolveu temas ligados com os seus desejos, projetos e aspirações de vida. Nossa intenção foi a de termos uma visão dos participantes jovens, tanto os de maior quanto os de menor poder aquisitivo, ou seja, os alunos da rede particular e da rede pública de ensino de Pombal respectivamente.

Pretendemos também utilizar a análise de conteúdo para ajudar na sistematização dos dados das entrevistas. Segundo Bardin (1997), o verdadeiro fim da análise de conteúdo é a inferência, na medida em que permite a passagem da descrição à interpretação, enquanto atribuição de sentido às características dos materiais empíricos que serão levantados, enumerados e organizados. O material sujeito à análise de conteúdo é concebido como resultado de uma rede complexa de condições de produção, cabendo ao analista construir um modelo capaz de permitir inferências sobre uma ou várias dessas condições de produção.

Trata-se da desmontagem de um conteúdo e da produção de um novo discurso através de um processo de localização-atribuição de traços de significação que deve manter uma estreita vinculação com a teoria escolhida pelo investigador a fim de cumprir com os objetivos propostos em sua pesquisa (VALA, 1986), o que se pretende aqui.

Segundo José Machado Pais (2003), a análise de conteúdo não se limita à superfície textual das entrevistas transcritas. As realidades semânticas (as idéias e seus significados) e pragmáticas (as dos usos) em relação às quais essa superfície textual adquire sentido constitui, justamente, o conteúdo de um texto.

Esse mesmo autor (2003, p. 116, *itálicos do autor*) sugere que se destaque pequenos pedaços de texto que se estabelecem como unidades básicas de relevância (*unidades de registro*), a um nível elementar; partindo de palavras que condensam conteúdos semânticos. Essas unidades, por sua vez

podem ser concentradas em conteúdos-chave do processo de análise – técnica em que, aliás, se utiliza sob o nome genérico de palavras-chave ou *key-word in context* como indica Machado Pais (2003, p. 116).

O objetivo é articular as constelações de palavras-chave ou unidades de registro ou ainda unidades de sentido com os respectivos enquadramentos contextuais. Estas se revelam como marcos interpretativos que podem expressar os sentidos secretos que estão nas entrelinhas das entrevistas. Para facilitar a interpretação e análise dos conteúdos das entrevistas as palavras-chave serão tabuladas. Em suma, esses serão os procedimentos de análise de conteúdo que pretendemos desenvolver.

Antes de abordarmos os alunos de ensino médio, que foram nossos principais colaboradores, fizemos um levantamento histórico da festa do Rosário em fontes bibliográficas e documentais para estabelecermos as ligações entre o surgimento da mesma, no final do século XVIII, e a versão atual deste festejo. Os dados empíricos foram sistematizados de acordo com os modelos e conceitos teóricos que serão abordados no próximo capítulo.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA



Figura 4: Grupo folclórico cultural conhecido como Pontões.

FONTE: Acervo pessoal (2001)

"A dúvida é o princípio da sabedoria na Filosofia. A crítica é o princípio da sabedoria na Psicologia, por isso, duvide de tudo aquilo que o controla, do sistema que impõe padrões, critique a sua passividade, e a ditadura da imagem".

Cury

Para estudar as representações dos jovens sobre a possível desvalorização da cultura popular tradicional e supervalorização da cultura de consumo moderna, que ocorrem durante a Festa do Rosário em Pombal/PB, seguiremos o seguinte percurso conceitual. Primeiramente definiremos o que seja *povo* e *cultura* e depois deslindaremos a *cultura popular* cujas manifestações estão inseridas na referida festa.

Em seguida, buscaremos delinear o mundo da *cultura de massa* e do *consumo* que vem sendo introduzido nessa festa. Veremos que a cultura popular vem sendo massificada pelas pressões da cultura de consumo produzida pela indústria cultural, pelo mercado e a globalização, que atingem as tradições religiosas populares nos recantos mais resistentes, como é o caso da maior festa religiosa de Pombal/PB.

A linha teórica inspiradora desse trabalho é apoiada na produção dos Estudos Culturais que se originaram em Birmingham, da Inglaterra através Raymond Williams (1997), Stuart Hall (1996) e outros, que por sua vez foram influenciados por Gramsci (1989) e Bakhtin (1987 e 1990), para compor os conceitos de *povo* e os modelos de *cultura popular de massa* aqui focalizada.

De acordo com Martín-Barbero (1997, pp. 23-42), o debate sobre a categoria *povo* se configura por dois grandes movimentos: "o do povo na política, focalizado pelos Iluministas ou Ilustrados; e o que analisa o povo na cultura, representado pelos Românticos".

Segundo este mesmo autor, na política dos Ilustrados o povo procurava meios legítimos para defender os direitos e valores populares. Os Românticos enfocaram o povo na cultura como uma reação e fuga dos valores da sociedade capitalista, que começava a surgir no século XVI. Conforme se pode perceber, política do povo e cultura do povo eram, nesta época, aparentemente distintos. Desde o século XVIII, com a Revolução Francesa, o povo foi incluído na democracia capitalista como dominado, ou seja, foi uma inclusão que na prática significava sua exclusão do poder, da riqueza e do acesso a cargos de decisão e da educação escolar.

A burguesia capitalista tinha (e tem) com o povo uma relação vertical, pois, os que possuíam o conhecimento ativo da educação formal se

diferenciavam dos que se deixavam satisfazer passivamente através dos prazeres que os governos permitiam ao povo. Em suma, *para os dominantes o saber e para o povo o prazer*. Por isso o povo não tem cultura, segundo os Ilustrados. "A concepção política do povo o mostra como dentro de um espaço separado da vida e da cultura. O povo é convertido em um espaço sem sujeitos" (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 26). O povo, enfim, se dedica a atividades que não exigem o saber.

Segundo Martín-Barbero (1997), Herder publicou, em 1784, a obra *Idéias Para Uma Filosofia da História da Humanidade*, onde explicou que não é possível compreender a evolução da humanidade a partir do abstrato princípio da razão. É necessário aceitar a existência de uma pluralidade de culturas, isto é, diferentes maneiras de configuração da vida social, onde *a pergunta pela cultura se converte na pergunta pela sociedade como sujeito*. Herder foi o filósofo que, em 1778 publicou os *Volkslieder*, em que a verdadeira e autêntica poesia é a que emerge do povo como unidade orgânica.

Esta dimensão aponta que os novos processos de democratização necessitam de uma aprendizagem da estruturação simbólica do mundo, o que assegura a intersubjetividade das diversas experiências humanas possíveis. Em outras palavras, o conceito de cultura passa pela subjetividade do sujeito e pelo seu simbolismo, que são distantes do saber formal das escolas, que naquela época eram racionais e defendiam uma sociedade sem sujeitos como a da burguesia.

Seguindo o raciocínio de Martín-Barbero (1997), a idéia do povo gerada pelo Movimento Romântico vai se dissolver completamente na esquerda, no conceito marxista de *classe social*, e pela direita no conceito de *massa*. Na transformação do povo em classe social há um debate entre os marxistas e anarquistas², sendo que estes últimos foram originariamente parceiros políticos dos primeiros, mas, conservaram alguns traços culturalistas da concepção romântica de povo. Por sua vez, os marxistas recuperaram alguns traços da

² Segundo Martín-Barbero (1997), a principal característica do movimento anarquista era a não-aceitação do poder das classes dirigentes e do Estado. É essa visão crítica dos anarquistas que os aproximou das idéias marxistas. Com a Revolução Russa de 1917 os anarquistas se separaram dos marxistas porque esses últimos ocuparam o poder com a derrubada dos governos czaristas.

racionalidade dos Iluministas ou Ilustrados. E ambos romperam com o culturalismo dos românticos ao politizarem a idéia de povo.

Segundo Martín-Barbero (1997) para os marxistas povo é só o que se opõe ao bloco do poder:

Povo é mais que isso: tem uma continuidade histórica que se expressa na persistência das tradições populares frente à descontinuidade das estruturas e lutas de classe. Para os marxistas o povo é politizável, mas, se restringe às classes trabalhadoras, seus conflitos se limitam ao choque entre o capital e o trabalho, seus espaços são circunscritos aos sindicatos, e às fábricas, o que deixa de fora a cotidianidade e a subjetividade (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 38).

De acordo com esse autor, no marxismo há duas negações do popular: a não representação e o popular-reprimido. O povo não representado no marxismo é composto por: mulheres, jovens, aposentados, inválidos e outros, porque têm reivindicações específicas.

Os espaços não aceitos pelos marxistas são formados pela casa, relações familiares, hospitais, prisões etc. Também não são representadas no marxismo as tradições culturais, práticas simbólicas religiosas, formas de conhecimento oriundos da experiência tais como medicina, magia, sabedoria poética, festas, romarias, lendas e culturas indígenas. Em suma, se os marxistas deram concreticidade à categoria povo, retiraram, ao mesmo tempo, a sua função cultural-artística.

O popular reprimido é representado pelos atores sociais que se caracterizam por ficarem à margem do social e por serem condenados ética e politicamente: prostitutas, homossexuais, alcoólatras, drogados, delinqüentes, condenados das prisões etc. Percebe-se que esta via explicativa de povo exclui tudo o que está fora das relações de trabalho, ou seja, a cultura, o simbolismo e as mentalidades são desvalorizados neste filão teórico, segundo Martín-Barbero (1997).

Até 1835, de acordo com este mesmo autor, começa uma concepção nova do papel e do lugar das multidões na sociedade. Os efeitos da

industrialização capitalista sobre o quadro de vida das classes populares são visíveis e foram mais longe do que as burguesias esperavam. É toda a trama social que se vê afetada, transbordada em conflito por movimentos de massas que põem em perigo os pilares da civilização. Em meados do século XIX, a utopia progressista já se havia convertido em uma ideologia, e era uma interpretação do mundo em evidente contradição com o estado real da sociedade.

A teoria sobre as novas relações sociedade/massas encontra-se no pensamento de Tocqueville (*apud* MARTÍN-BARBERO, 1997), em seu primeiro esboço de conjunto. As massas antes eram vistas de fora, como turbas que ameaçavam o mundo com a sua barbárie. Mas, agora são vistas de dentro, dissolvendo o tecido das relações de poder, erodindo a cultura e desintegrando a velha ordem. Estão se transformando de ordem gregária e informe em multidão urbana ligada com os processos de industrialização, com um igualitarismo social no qual está o germe do despotismo das majorias, como se viu na Revolução Russa, apesar dos seus ideais teóricos serem inspirados em Marx.

Martín-Barbero (1997, p. 40) alerta que estamos diante de uma sociedade composta por “[...] uma enorme massa de pessoas semelhantes e iguais, que incansavelmente giram sobre si mesmas com o objetivo de poder dar-se os pequenos prazeres vulgares com que satisfazem suas almas”. A existência dessas massas ou multidões não se incompatibiliza com a cultura que constroem e cultivam.

Segundo Portantiero (*apud* MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 40), a confusão da

[...] diferença cultural pela diferença de classe impedirá de se pensar a especificidade dos conflitos que articula a cultura (das massas) e dos modos de luta (das classes) que a partir daí se produzem: ‘o papel das identidades socioculturais como forças materiais no desenvolvimento da história.

Em outras palavras, a cultura permite que seus portadores se convertam em sujeitos sociais e políticos. Este autor, na mesma fonte e página, lembra que: “O capitalismo pode destruir culturas, mas, não pode esgotar a

verdade histórica que existe nelas”. Mais adiante, ainda na mesma localização, cita Mirko Lauer e lembra que a indiferença frente as culturas marginais se relaciona com a “incapacidade para apreender essas culturas em seu duplo caráter de dominadas e possuidoras de uma existência positiva a ser desenvolvida”. Mas, o que é uma massa? Segundo Martín-Barbero (1997), é um fenômeno psicológico pelo qual os indivíduos, por mais diferentes que sejam em seus modos de vida, suas ocupações ou seu caráter,

[...] estão dotados de uma alma coletiva que lhes faz comportar-se de maneira completamente distinta de como o faria cada indivíduo isoladamente. Alma cuja formação é possível só no descenso, na *regressão até um estado primitivo*, no qual as inibições morais desaparecem e a afetividade e o instinto passam a dominar, pondo a ‘massa psicológica’ à mercê da sugestão e do contágio. Primitivas, infantis, impulsivas, crédulas, irritáveis [...] as massas se agitam, violam leis, desconhecem a autoridade e semeiam a desordem onde quer que apareçam. São uma energia mas sem controle: e não é esse precisamente o ofício da ciência? O psicólogo se propõe então o estudo do modo como se produz a sugestionabilidade da massa para assim poder operar sobre ela. A chave se encontraria na constituição das *crenças* que em sua configuração ‘religiosa’ permitem detectar os dois dispositivos de seu funcionamento: o mito que as une e o *líder* que celebra os *mitos* (MARTÍN-BARBERO, 1997, pp. 47-48).

Na citação acima este autor deixou bem clara a natureza contraditória das massas: ora elas formam um sujeito coletivo, ora são sugestionáveis, ou melhor, manipuláveis. As massas são, de uma só vez, o uno e o múltiplo, cuja essência está nas suas crenças, mitos e líderes. Há os autores que consideram a massa como ignorante e alienada como os frankfurtianos, mas, há os que a consideram positivamente, como Engels e Stuart Mill, entre outros citados por Martín-Barbero (1997). Na verdade essa visão se prende ao papel das massas nas rebeliões e revoluções, onde elas podem se configurar como um sujeito coletivo e não agir de forma alienada, segundo esses autores. Mas, é forçoso considerar que tanto pode haver a alienação quanto a ação dos sujeitos coletivos, pois, o fenômeno da massificação é complexo e dialético, segundo os autores supracitados.

Dizer *cultura de massa*, em geral, equivale a nomear aquilo que é entendido como um conjunto de meios massivos de comunicação. A perspectiva histórica que estamos esboçando aqui rompe com essa concepção e mostra que o que se passa na cultura quando as massas emergem não é pensável a não ser em sua articulação com as adaptações da hegemonia, que desde o século XIX fazem da cultura um espaço estratégico para a "[...] reconciliação das classes e a reabsorção das diferenças sociais" (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 191).

Não podemos falar de cultura de massa a não ser quando sua produção toma a forma, pelo menos como tendência do mercado mundial, e isso só se torna possível quando a economia norte-americana, articulando a liberdade de informação e a liberdade da empresa e comércio, deu-se a si própria uma vocação imperial. Aqui estamos seguindo as pistas de Martín-Barbero (1997).

Ao final da primeira Guerra Mundial, os Estados Unidos entraram numa era de extraordinária prosperidade econômica, os “alegres anos 20”. A combinação de progresso tecnológico com abundância de créditos possibilitou a produção massiva de uma boa quantidade de utensílios, barateando seu custo abrindo às massas as comportas do consumo, inaugurando a *cultura do consumo massificado*, que é o nosso objeto teórico de estudo. Para a cultura de massa a publicidade não será somente a fonte mais vasta de seu financiamento; é também a força que produz seu encantamento. Martín-Barbero (1997) considera que o primeiro meio massivo da cultura simbólica transnacional foi o cinema de Hollywood.

Afinal o que se entende por cultura de massa? Segundo esse autor trata-se da industrialização da cultura que se dá a partir do final do século XVIII com o surgimento da imprensa e indústria editorial, quando a industrialização em larga escala atingiu também os elementos da *cultura popular* dando início à indústria cultural.

O desenvolvimento da tecnologia e sua sofisticação, principalmente nos meios de comunicação - fotografia, fonografia, cinema, rádio, televisão -, passou a atingir um grande número de pessoas, dando origem à chamada *cultura de massa*. Ao contrário da cultura erudita e popular, a *cultura de massa* não está ligada a nenhum grupo social específico, pois é transmitida de maneira

industrializada para um público generalizado, de diferentes camadas socioeconômicas.

A *cultura popular* é mais próxima do senso comum e mais identificado com ele; é produzida e consumida pela própria população, sem necessitar de técnicas racionalizadas e científicas. É uma cultura em geral transmitida oralmente, a qual registra as tradições e os costumes de um determinado grupo social. Da mesma forma que a erudita, a cultura popular alcança formas artísticas expressivas e significativas.

Em sua teorização Martín-Barbero (1997) aborda que a constituição das massas em classe dá-se ao longo do processo de enculturação das classes populares sofrido no capitalismo nos meados do séc. XIX. Com ela surge uma nova cultura, a de massa, havendo assim mudanças na função social da própria cultura, como a perda de autenticidade ou de degradação cultural (MARTÍN-BARBERO, 1997).

A aparição e forças das massas no cenário social tornaram-se visíveis desde a concentração industrial de mão-de-obra nas grandes cidades, popularizando assim a sua existência. A visibilidade e a presença social das massas remetem fundamentalmente a um fato político.

Segundo Habermas, citado por Martín-Barbero (1997, p. 168): "[...] a ocupação da esfera política pelas massas de despossuídos conduziu a uma imbricação de Estado e sociedade que acabou arruinando a antiga base do público, sem dotá-lo de outra nova". É a partir daí que a cultura é redefinida e modificada em sua função. O vazio aberto pela desintegração do público será ocupado pela integração que produz o massivo, a cultura de massa. É uma cultura que, em vez de ser o lugar onde as diferenças sociais são definidas, passa a ser o lugar onde as tais diferenças são encobertas e negadas. O autor prossegue conceituando:

Massa designa no movimento da mudança, o modo como as classes populares vivem as novas condições de existência, tanto no que elas têm de opressão quanto no que as novas relações contêm de demanda e aspirações de democratização social. E de massa será sempre chamada a cultura popular. Isto porque no

momento em que a cultura popular tender a converter-se em cultura de classe, será ela mesma minada por dentro, transformando-se em cultura de massa (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 169).

Hoggart (1957, *apud* MARTÍN-BARBERO, 1997, pp. 107-108), em sua obra **The uses of literary**, comenta:

Tem-se reprovado nessa descrição a ênfase excessiva na coerência das práticas populares, mas essa sensação de homogeneidade e coerência provém talvez principalmente do método de exposição adotado, que coloca a ação do massivo *depois* da descrição do que permanece de cultura tradicional no estilo de vida das classes populares. Esse estilo de vida entretece uma bipartição do universo social entre *eles* e *nós*, é uma forte valorização do círculo familiar, com uma grande permeabilidade às relações de grupo, especialmente as de vizinhanças, um moralismo que mistura o gosto do concreto com um certo cinismo ostentatório, uma religiosidade elementar e um saber viver o dia, que é a capacidade de improvisação e sentido do prazer.

Torna-se interessante perceber essas idéias porque elas esclarecem o conflito entre cultura popular e a sociedade vigente, com o seu aparato de produtos de cultura de massa como TV, Celular, DVD's, CD's, MPs e toda moda e modos de consumo tão valorizados pelos estudantes de Pombal. Isto porque, segundo Hoggart (op. cit), a ação dos produtos massivos exerce uma operação de *desposseção cultural* na medida em que roubam o foco das tradições culturais.

Hoggart (op. cit.) denuncia a *chantagem* que os produtos massificados exercem sobre as classes populares, para aceitarem valores como a tolerância, solidariedade, gosto pela vida e busca da dignidade. Segundo esse autor, a cultura de massa expropria as classes populares de sua cultura quando explora as aspirações de liberdade esvaziando-as de seu sentido de “rebeldia” e preenchendo-as de conteúdo consumista, que transformam a intolerância em indiferença ou o sentimento de solidariedade em igualitarismo conformista.

A cultura mudou e se converteu em espaço estratégico da hegemonia. Aqui podemos pôr o poder da mídia sobre os dominados diante do modo ditador

que não mais é dado pela família ou escola, mas é seguido pelos padrões estabelecidos pelos mentores das novas condutas, que são da televisão e das publicidades. A cultura de massa não apareceu de repente, como uma ruptura que permita seu confronto com a cultura popular. O massivo foi gerado lentamente a partir do popular, como foi historiado acima.

Martín-Barbero (1997, p. 169) revela ainda que "[...] só um enorme distúrbio de visão histórica (estrabismo) e um potente etnocentrismo de classe se nega a nomear o popular como cultura", e, em alguns casos sua autonomia, como lembra Gramsci (*apud* CANCLINI, 1997). Em outras palavras, só o reducionismo teórico pode enxergar na cultura popular e depois, na cultura de massa, um processo de vulgarização e decadência da "cultura culta".

Segundo Canclini (1997), para elaborar o sentido histórico e cultural de uma sociedade é importante estabelecer, se possível, o sentido original que os bens culturais tiveram e diferenciar os originais das imitações. É um patrimônio reformulado e levado em conta em seus usos sociais, não a partir de uma atitude defensiva, de simples resgate, mas, com uma visão mais complexa de como a sociedade se apropria de sua história, e que pode, com isso envolver diversos setores.

Segundo Canclini (1997), a noção de cultura massiva surgiu quando as sociedades já estavam massificadas. Os mexicanos, por exemplo, "[...] aprenderam no rádio e no cinema a reconhecer-se como uma totalidade que transcende as divisões étnicas e regionais" (p. 256). Em seu discurso Canclini lembra as palavras de Martín-Barbero (1997), que se referem a um dispositivo complexo: a *inclusão abstrata* e a *exclusão concreta* nos quais os projetos nacionais se consolidaram graças ao encontro dos Estados com as massas promovidos pelas tecnologias comunicacionais. Enfatiza em seguida que o povo só interessa como legitimador da hegemonia burguesa, mas incomoda como lugar do inculto por tudo aquilo que lhe falta (CANCLINI, 1997).

Nessa mesma fonte Canclini (1997) relembra a manipulação do povo e a criação do processo da cultura de consumo na América Latina, através de dois governantes populistas: Perón na Argentina e Vargas no Brasil. Esse último foi um chefe político de atitudes ambíguas, pois, era simpatizante das idéias

nazistas, mas, por outro lado, criou a Consolidação das Leis Trabalhistas – CLT – e o salário mínimo com um piso considerado alto naquela época.

Essas medidas realmente beneficiaram os trabalhadores brasileiros e, o que Vargas pretendia era ser aceito e aclamado pelo povo. Nesse sentido ele fundou as emissoras de rádio e deu espaço para os artistas populares fazendo com que a população se sentisse parte de uma nação. Ao mesmo tempo ele perseguia e torturava os líderes dos movimentos grevistas trabalhistas:

Para que cada país deixe de ser 'um país de países' foi decisivo que o rádio retomasse de forma solidária as culturas orais de diversas regiões e incorporasse as 'vulgaridades' proliferantes nos centros urbanos. Como o cinema e como em parte a televisão fez em seguida, traduziu-se 'a idéia de nação em sentimento e cotidianidade' (MONSIVAIS, *apud* CANCLINI, 1997, p. 256).

Eis aqui uma das fontes históricas do conceito de *cultura popular de massa*. Nesse sentido tanto Canclini (1995) como Martín-Barbero (1997) deixam claro que a massificação é um processo dialético, ou seja, tem efeitos tanto positivos quanto negativos.

Canclini (1997, p. 257) explica melhor:

Em meados do século falava-se em *cultura de massa*, ainda que logo tenha percebido e que os novos meios de comunicação, como o rádio e a televisão, não eram propriedade das massas. Parecia mais justo chamá-la *cultura para a massa*, mas essa designação durou enquanto pôde ser sustentada a visão unidirecional da comunicação que acreditava na manipulação absoluta dos meios e supunha que suas mensagens eram destinadas às massas, receptoras submissas. A noção de *indústrias culturais*, útil aos frankfurtianos para produzir estudos tão renovadores quanto apocalípticos, continua servindo quando queremos nos referir ao fato de que cada vez mais bens culturais não são gerados artesanal ou individualmente, mas através de procedimentos técnicos, máquinas e relações de trabalho equivalentes aos que outros produtos na indústria geram; entretanto, esse enfoque costuma dizer pouco sobre o *que é produzido* e o *que acontece* com os receptores.

Para Borelli (1996), os conceitos de cultura erudita, cultura popular e cultura de massa foram os pontos de partida de sua tese de doutorado, e por isso foram acionados pela autora para consignar o conceito de cultura relacionada à literatura popular. No capítulo I dessa obra ela faz referência ao significado da *paraliteratura*, que é a literatura de entretenimento ou *literatura popular de massa* que, no contexto da cultura contemporânea circula teórica e metodologicamente por caminhos plenos de armadilhas e ambigüidades. Em continuação ao texto, a autora se refere ao campo literário como algo dividido e polarizado, citando em relação a isso que:

De um lado, a verdadeira literatura, com suas formas, hierarquias, modelos constituídos; em oposição a ela, um conjunto outro de escrituras que foge ao padrão reconhecido e é por vezes, ignorado ou então classificado como não literário, subliterário, infraliterário, contraliterário ou paraliterário (BORELLI, 1996, p. 23).

Segundo Borelli (1996), os atributos de classificação de uma literatura nobre ou popular alteram-se inúmeras vezes, no decorrer do tempo: as qualificações para cada uma delas não necessariamente se mantêm. Shakespeare, por exemplo, já foi concebido, em sua época, como autor popular, mas, hoje é tratado como um clássico da literatura erudita. O mesmo ocorreu com Rabelais, analisado por Mikhail Bakhtin (1996) – ao lado de Dante, Boccaccio, Shakespeare e Cervantes, que foram escritores renascentistas. Hoje, todos são tidos como representantes inequívocos da literatura consagrada como clássica e erudita. Ou seja, o conceito de popular e o critério de função entre o popular e o erudito mudaram com o tempo. Mais adiante ela explica melhor:

[...] às tradições teóricas que enfatizam separações entre literaturas e não literaturas tendem a construir modelos semelhantes àqueles que adotam os referenciais da cultura erudita, culta ou letrada como únicos legítimos na definição do que deve – ou não – ser incorporado ao campo cultural. Essa postura encara a problemática de duas maneiras, ou ignora a existência de um grau de diversidade nas manifestações culturais e não as incorpora como objetos da reflexão cultural, ou passa a qualificá-las por meio das ausências como, por exemplo, as estéticas, de

linguagem, conteúdo, consistência. O objetivo em uma ou em outra postura parece ser o mesmo: negar a estas manifestações o estatuto de fato cultural ou literário e considerar cultura ou literatura como sinônimo de erudição (BORELLI, 1996, p. 28).

Para Borelli (1996), uma das mais tradicionais e sólidas representantes dessa tendência teórica preconizadora da concepção de uma estética da negatividade está localizada na escola de Frankfurt³. A construção da teoria crítica da sociedade moderna passa, para os frankfurtianos, pela rejeição da cultura de massa como cultura, pela afirmação do conceito de indústria cultural e pela constatação da impossibilidade de existência concomitante de tradições, cultura popular, obra de arte e espaço para o autêntico no mundo moderno (BORELLI, 1996, p. 28).

Adorno (*apud* BORELLI, 1996) exemplifica que a sociedade moderna está permeada de falseamento ideológico intrínseco que impede o surgimento de manifestações de originalidade, criatividade e atividade – no pleno sentido da ação realizada por sujeitos ativos – e que impossibilita qualquer forma de produção ou recepção culturais críticas. Assim sendo, a cultura de massa ou indústria cultural, no sentido mais preciso do conceito frankfurtiano – produz mercadorias resultantes de processo de fabricação padronizado e homogeneizado.

Borelli (1996, p. 39) apresenta então uma crítica à crítica frankfurtiana:

Outras possibilidades – mais próximas do diálogo com as reflexões de Gramsci e Certeau – devem ser, contudo, consideradas como tentativas de superação da fragmentação entre popular e *massivo*. Alguns autores como Nestor García Canclini, Jesus Martín-Barbero e José Mário Hortas Ramos – em pesquisas ligadas ao campo audiovisual e, genericamente, à produção cultural industrializada no Brasil e na América Latina –, caminham nessa direção, trabalhando as possíveis articulações entre cultura popular e cultura de massa. O popular deve ser

³ Segundo Borelli (1996, pp. 28-29), a Escola de Frankfurt foi composta por um grupo de filósofos cuja produção se caracterizou pela construção de teorias críticas da sociedade moderna e rejeição da cultura de massa. Seus principais representantes foram Theodor W. Adorno, Horkheimer, Walter Benjamin, entre outros. Vale consultar a obra de Cohn, Gabriel (Org.). **Theodor W. Adorno**. São Paulo, Ática, 1986. Ressalte-se que as produções frankfurtianas influenciaram marcantemente os intelectuais de esquerda brasileiros.

encarado tanto como algo *que nos interpela desde o massivo* e estabelece *imbricação conflituosa no massivo*, quanto como *um modo de atuar nele* (MARTÍN-BARBERO, 1978, p. 250 e p. 248; CANCLINI, 1987, p. 10), ou ainda, popular e *massivo* constituem-se em elementos de configuração da *cultura popular de massa*.

Borelli (1996) analisa as dicotomias e faz reflexões sobre cultura nas sociedades modernas, com abordagem que adota o popular com referencial não só sobre cultura, mas também sobre a construção de projetos políticos e sociais, de caráter nacionalista ou não. Essa autora exemplifica esse fenômeno com a obsessão por territorializar a cultura popular em um espaço geográfico, em uma classe social ou na consciência desse ou daquele grupo para defini-lo isoladamente como dimensão folclorizada, espaço de resistência ao erudito e ao massivo, e sobrevivência a uma composição que articula fragmentos da cultura dominante e cacos esparsos das culturas tradicionais.

Para Gramsci (1978, p. 11), "[...] é popular tudo aquilo que aciona uma massa significativa de sentimentos e que revela certa concepção de mundo hegemonicamente construída". A cultura popular não se afirma apenas pelas origens, tradições, raízes, mas por uma posição – construída de forma complexa e conflituosa – frente ao hegemônico. Nesse sentido, o popular não deve ser concebido como todo homogêneo que se opõe, monoliticamente, a outro, erudito, culto ou de massa. Pelo contrário, para Gramsci (1978), o folclore, por exemplo, está presente em todas as esferas que compõem a cultura na sociedade. Entretanto, e paradoxalmente, o mesmo folclore constitui-se como concepção de mundo e manifestação de caráter coletivo que são específicos das classes populares.

Essa autora conclui lembrando que é oportuno considerar a pertinência de uma reflexão sobre a cultura em sociedades modernas em que se afirma a articulação entre cultura popular e cultura de massa, no sentido da construção de um conceito de *popular de massa*. Isto porque, nesta formulação não há dimensão massiva que sobreviva sem o resgate das tradições, e não há manifestação popular que prescindia dos mecanismos de produção, circulação e consumo, que são inerentes à cultura de massa.

A dimensão do consumo da cultura popular de massa deve ser também lembrada aqui. Para tanto, recorremos a Debord (2000), que aponta o mundo consumista como a *sociedade do espetáculo*. Para ele "[...] o consumidor real torna-se consumidor de ilusões. A mercadoria é essa ilusão efetivamente real, e o espetáculo é sua manifestação geral" (DEBORD, 2000, p. 33).

Essa visão crítica de Debord (2000) pode ser confrontada com o conceito de consumo de Baudrillard (2000, p. 205-206, *itálicos do autor*):

O consumo não é este modo passivo de absorção e de apropriação que se opõe ao modo ativo da produção para que sejam confrontados os esquemas ingênuos de comportamento (e de alienação). É preciso que fique claramente estabelecido desde o início que o consumo é um modo ativo de relação (não apenas com os objetos, mas, com a coletividade e com o mundo), um modo de atividade sistemática e de resposta global no qual se funda todo nosso sistema cultural. [...] O consumo não é nem uma prática material, nem uma fenomenologia da 'abundância', não se define nem pelo alimento que se digere, nem pelo vestuário que se veste, nem pelo carro que se usa, nem pela substância oral e visual das imagens e mensagens, mas pela organização de tudo isto em substância significante; *é ele a totalidade virtual de todos os objetos e mensagens constituídos, de agora então, em um discurso cada vez mais coerente*. O consumo, pelo fato de possuir um sentido, *é uma atividade de manipulação sistemática de signos*.

Baudrillard (2000) nos mostra, nesse conceito, que a questão cultural inerente ao consumo refere-se à absorção simbólica que compõe esse processo. Se a assimilação desses modelos culturais é alienante ou não, como querem imputar os frankfurtianos e Debord (2000), essa é outra parte da interpretação e análise do fenômeno. A crítica sempre será enriquecedora, desde que não impeça de fazermos mergulhos na realidade empírica, como propõem Mike Featherstone (1995) e Canclini (1995), entre outros.

Segundo Canclini (1995), na linguagem corriqueira, consumir costuma ser associado a gastos inúteis e compulsões irracionais. Essa desqualificação moral e intelectual se apóia na idéia de que os meios de comunicação de massa são onipotentes, ou seja, têm domínio sobre a mentalidade de todas as pessoas. Precisamos refletir sobre a maneira com que essas críticas são formuladas, pois,

hoje vemos os processos de consumo como algo mais complexo do que a relação entre meios manipuladores e dóceis audiências.

Em outras palavras, a comunicação só se completa se for interativa e houver uma colaboração e transação entre os meios e os consumidores. Neste sentido Canclini (1995, p. 53) define consumo como: “conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos”. Ou seja, é algo mais que exercícios de gostos, caprichos e compras irrefletidas.

O consumo produz distinções, e, as diferenças entre as pessoas e grupos sociais também se originam na diversidade dos níveis educacionais, de renda, moda, inovações tecnológicas e outras que existem entre eles, além de outros elementos históricos e simbólicos.

O consumo, segundo Castells (*apud* CANCLINI, 1995, p. 54),

[...] é um lugar onde os conflitos entre classes, originados pela desigual participação na estrutura produtiva, ganham continuidade através da distribuição e apropriação dos bens. Consumir é participar de um cenário de disputas por aquilo que a sociedade produz e pelos modos de usá-lo.

Os que estudam o consumo como lugar de diferenciação e distinção entre as classes e os grupos (CANCLINI, 1995, p. 55). Ou seja, existe uma lógica na construção dos signos de *status* e nas maneiras de comunicá-los e o consumo evidencia a disputa pela apropriação dos meios de distinção simbólica das pessoas e grupos sociais. É no consumo que se constrói parte da racionalidade integrativa e comunicativa de uma sociedade.

De acordo com esse mesmo autor, também é o consumo que produz uma irrupção errática dos desejos, o que pode causar uma incerteza dos significados simbólicos, que por sua vez traz insegurança nos consumidores. Por isso precisamos pensar e ordenar aquilo que desejamos. Há processos de consumo que ajudam as pessoas a se manterem integradas socialmente, e há processos de consumo que provocam a dissipação e desagregação social.

Comprar objetos e pendurá-los ou distribuí-los pela casa, dar-lhes um lugar em uma ordem, atribuir-lhes funções na comunicação com os outros são os resultados do processo de consumo. Através dele pensamos no próprio corpo e na ordem social instável em que vivemos, bem como nos relacionamos com os demais membros do mundo à nossa volta. Ou seja, “consumir é tornar mais inteligível um mundo onde o sólido se evapora”, como lembra Canclini (1995, p. 56).

“Por isso, além de serem úteis para a expansão do mercado e a reprodução da força de trabalho (por criar empregos), para nos distinguirmos dos demais e nos comunicarmos com eles, as mercadorias servem para pensar” (e não causar alienação, como dizem os críticos). “O consumo é um processo em que os desejos se transformam em demandas e em atos socialmente regulados” (CANCLINI, 1995, p. 59). Enfim, “O desejo de possuir ‘o novo’ não atua como algo irracional ou independente da cultura coletiva a que se pertence” (CANCLINI, 1995, p. 60).

As ações políticas pelas quais os consumidores se transportam para a condição de cidadãos, implicam numa concepção do mercado não como simples lugar de troca de mercadoria, mas como parte das interações culturais mais complexas. Este autor lembra que não se trata de uma mera posse individual de objetos isolados, mas, sim, uma apropriação coletiva baseada em relações de solidariedade e (idéias sobre a) distinção dos outros, onde os bens proporcionam satisfações biológicas e simbólicas, que servem para enviar e receber mensagens. Os bens de mercado exercem muitas funções e a mercantil é apenas uma delas.

Nós homens intercambiamos objetos para satisfazer necessidades que fixamos culturalmente, para integrarmo-nos com os outros, para nos distinguirmos de longe, para realizar desejos, para pensar nossa situação no mundo, para controlar o fluxo errático dos desejos e dar-lhe constância ou segurança em instituições e rituais (CANCLINI, 1995, p. 67).

Segundo Featherstone (1995, p. 31), há três perspectivas fundamentais sobre a cultura de consumo:

A primeira é a concepção de que a cultura de consumo tem como premissa a expansão da produção capitalista de mercadorias, que deu origem a uma vasta acumulação de cultura material na forma de bens e locais de compra e consumo.

Isso resultou na importância cada vez maior do lazer e das atividades de consumo nas sociedades ocidentais contemporâneas, que, embora sejam bem vistas por alguns por terem resultado em maior igualitarismo e liberdade individual, são considerados por outros como manipuladores ideológicos e controle sedutor da população.

A segunda perspectiva mostra a relação entre a satisfação proporcionada pelos bens e seu acesso socialmente estruturado, no qual a satisfação do *status* depende da exibição e conservação das diferenças entre as pessoas pelo que elas consomem, como se pode ver em Pombal. Focaliza-se o fato de que as pessoas usam as mercadorias de forma a criar vínculos ou estabelecer distinções sociais. Na terceira, há a questão dos prazeres emocionais do consumo, os sonhos e desejos celebrados no imaginário cultural consumista em locais específicos que produzem diversos tipos de excitação física e prazeres estéticos. No nosso caso empírico trata-se da Festa do Rosário daquela cidade, que é o cenário da ostentação de consumo dos participantes da festa.

Por isso tudo nosso interesse está em **conceituar as questões relacionadas aos fenômenos de consumo massificado e os desejos e prazeres deles derivados. Além disso, analisaremos o mapeamento social dos lugares que as pessoas ocupam neste universo, que é feito através da ostentação da capacidade de compras dos participantes da festa.** É exatamente essa a questão a ser pesquisada neste trabalho, ou seja, o consumo no contexto sócio-histórico da festa do Rosário, que se configura como um cenário especial deste processo. Veremos, no próximo capítulo, a descrição da festa que serve como pano de fundo para o fenômeno em estudo.

CAPÍTULO III

A FESTA DO ROSÁRIO EM POMBAL



Figura 5: Festa do Rosário em 1967

FONTE: Werneck Abrantes de Souza (disponível em <lh3.google.com/.../S_V4DjEr4OA/s_800/064.jpg> Acesso em 01/02/2008).



Figura 6: Festa do Rosário em 2005

FONTE: Acervo pessoal (2005)

"Quando você não coloca água nas plantas, elas não reclamam, morrem. Quando a cultura não é valorizada, idem".

Clodovil Hernandez

Nesse capítulo pretende-se apresentar uma etnografia do evento em estudo, cujos dados são tanto de publicações da história da cidade de Pombal quanto das estatísticas do IBGE, bem como das nossas vivências e observações que temos feito desde nossa tenra idade. Essas se juntaram às memórias da nossa família e amigos, já que nascemos e residimos em Pombal há várias décadas.

Objetivamos aqui descrever a festa do Rosário de Pombal, desde o resumo de suas origens históricas, apoiada nos historiadores até a sua realidade de hoje, que também foram estudadas e descritas pela autora desta pesquisa, para mostrar os diferentes espaços sócio-geográficos dessa comemoração, que se relacionam com os distintos modos de participação da população nessa festa.

Para adentrarmos nessa temática se faz necessário teorizarmos sobre Festa, o que é e o que significa. Precisamos perceber seus mecanismos, seus modelos básicos para entender os sentidos que essa palavra oculta, e tentarmos analisar o que ela pode representar. A origem das festas está ligada aos ciclos de vida, procurando representar as diferentes fases da história de um grupo social ou de um povo (DURKHEIM, 1989).

Este autor nos mostra a festa como um excesso contra a ordem social estabelecida, como uma situação de oposição ao cosmo. As festas, além do que se entende, representam rupturas nas rotinas, e na vivência prática percebemos o tempo como uma sucessão de trabalhos e comemorações, e neste suceder há uma diferenciação e mudança de atitude das pessoas entre um tempo e outro. No tempo de festa há uma postura e uma atitude lúdica dos seus participantes, que é desarmada, natural e espontânea. Há também uma ruptura total com a vida cotidiana por ser uma experiência intensa e coletiva. Assim as festas representam a transição que expressa as mudanças da sociedade da qual é reflexo (VELASCO, 1982).

Segundo Martín-Barbero (1997, p. 130):

O tempo cíclico é um tempo cujo eixo está na festa. As festas, com sua repetição, ou melhor, com seu retorno, balizam a temporalidade social nas culturas populares. Cada estação, cada

ano, possui a organização de um ciclo em torno do *tempo denso* das festas, denso enquanto carregado pelo máximo de participação, de vida coletiva. A festa não se constitui, contudo, por oposição à cotidianidade; é, antes, aquilo que renova seu sentido, como se a cotidianidade o desgastasse e periodicamente a festa viesse a recarregá-lo novamente no sentido de pertencimento à comunidade.

A natureza da Festa, segundo Birou (1966, *apud* MELO, 1983) pode ser tecida como fenômeno comunitário ou coletivo, significando uma trégua no cotidiano rotineiro e na atividade produtiva. Sua natureza é intrinsecamente de diversão e entretenimento, comemorativa, ou seja, pauta-se pela alegria e pela celebração.

Este mesmo autor complementa:

A Festa é uma necessidade social em que opera-se uma superação das condições normais de vida [...]. É um acontecimento que espera-se, criando-se assim uma tensão coletiva agradável, na esperança de momentos excepcionais [...]. A Festa é a expressão de uma expansividade coletiva, uma válvula de escape ao constrangimento da vida quotidiana. Da economia, passa-se à prodigalidade, da discrição à exuberância. Surgem as manifestações de excesso, nos mais ricos, por ostentação, nos mais pobres, por compensação (BIROU, 1966, *apud* MELO, 1983, p. 175).

Essa afirmação acaba sendo um exemplo de identidade e modelo das festas populares no Brasil. Festa e religião sempre estiveram muito entrelaçadas. As festas, em sua maioria, surgiram de rituais religiosos. Não só as festas, mas, também, os “jogos e as principais formas de artes parecem ter nascido da religião e que durante muito tempo tenham conservado caráter religioso” (DURKHEIM, 1989, p. 454).

Segundo Seixas (2004), Benjamim (1976), Moraes (1994), Ayala e Ayala (1987) e outros, as instituições da Irmandade do Rosário existem no Brasil desde o período colonial e foram criadas com o intuito de buscar proteção de Deus e dos homens para os negros escravos. Em Pombal, a instituição efetiva dessa irmandade foi resultado de vários pedidos feitos por Manoel Antônio de Maria Cachoeira, o qual foi o primeiro organizador da mesma. A sua instalação

deu-se mediante o resultado positivo depois de sua insistente petição ao então bispo de Olinda, Dom João Fernandes Thiago Esberardi, que era a autoridade clerical responsável, por toda a região onde se localiza a Paraíba hoje.

Uma informação interessante, que passa despercebida da visão dos habitantes da região, é que a festa do Rosário não é da padroeira de Pombal, que é Nossa Senhora do Bom Sucesso. Esta santa é um ícone estabelecido pelos colonizadores e já teve sua festa com maiores proporções que a do Rosário. Esta comemoração da padroeira oficial de Pombal tem sofrido, com o passar dos anos, um arrefecimento beirando a extinção, apesar das tentativas de resgate da mesma pelo falecido Pe. Sólton Dantas de França, que foi um dos párocos que mais tempo permaneceu na administração das festividades religiosas da região. Enfim, a festa da padroeira acabou se reduzindo apenas ao novenário que se dá no mês de dezembro.

A primeira Igreja de Pombal não foi a do Rosário, embora a população tenha essa idéia arraigada em sua mentalidade. Historicamente a igreja original de Pombal foi a de Nossa Senhora do Bom Sucesso do Piancó, erigida em 1701, onde hoje é a atual Igreja de Nossa Senhora do Rosário, cujo ambiente dá forma à festa. Da antiga igreja de Nossa Senhora do Bom Sucesso não resta vestígio por ter sido derrubada, sendo construída em 1721, no mesmo local, a do Rosário, segundo Seixas (2005). Portanto, a Igreja do Rosário foi construída após a do Bom Sucesso que hoje existe como matriz em outro lugar do centro de Pombal.

Segundo esse mesmo autor, a referida concessão para a criação da Irmandade do Rosário, cuja sede é a igreja do mesmo nome, foi dada em 18 de julho de 1895. Foi a partir dela que a festa do Rosário teve origem, e a princípio era uma comemoração de negros, que eram vistos como o segmento mais desvalorizado da população da região. No Brasil, nessa época, não se via com bons olhos a presença de negros nas igrejas e essa foi a razão pela qual os negros se organizaram em irmandades que podiam entrar nos templos católicos, especialmente nas Igrejas de Nossa Senhora do Rosário.

No caso de Pombal eles puderam não só adentrar no espaço da igreja como também fazer a sua festa, com as suas tradições de origem africana. Esse

evento tem atravessado mudanças, e sobreviveu às diversidades políticas, econômicas e religiosas conseguindo se manter firme até hoje (SEIXAS, 2004).

Considerando Manoel Cachoeira como precursor e fundador da Irmandade do Rosário em Pombal, o pesquisador Benjamim (1976, p. 45) sugere que:

A verdadeira dimensão desse negro perdeu-se. Seria talvez um negro liberto, beato (morreu solteiro) que habitava a própria igreja e com o seu trabalho teria construído o patrimônio da irmandade. Poderia ter sido também um dos chamados 'brancos de algodão' isto é, negros livres que conseguiram ascender socialmente através do enriquecimento pelo plantio e beneficiamento do algodão.

Podemos considerar a Irmandade do Rosário como a mola que faz funcionar a festa cultural e tradicional do mesmo nome. Essa instituição da história colonial deu-se simultaneamente em muitas regiões no Brasil e era o passaporte para que os negros tivessem o direito de dar vazão às suas devoções na Igreja Católica. Esta instituição possuía restrições em relação a eles por fazerem parte de uma cultura religiosa diferente da que foi trazida pelos portugueses no nosso continente.

Para sedimentar nosso relato se faz necessário falar sobre Pombal onde se dá a festa do Rosário na Igreja do mesmo nome. Pombal é um dos mais antigos núcleos de povoamento do Sertão Paraibano. Esta cidade foi edificada a seis quilômetros da confluência de dois grandes rios – o Piancó e o Piranhas – que correm da serra paraibana nos confins com o Ceará, para o Rio Grande do Norte, onde se reúnem ao Rio Açu. O território deste município se estendia em tabuleiros que se alternavam com serras cobertas de vegetação rala, pastos naturais e pequenas caatingas nos pés de serras e brejos de altitudes, com pequenas matas.

Joffily (1892, *apud* BENJAMIM, 1976, p. 21) assim define:

A região era habitada por índios Cariris, até a segunda metade do século dezessete [...]. Pombal seria fundada, porém, por Teodósio

de Oliveira Lêdo, que vindo do litoral, adentrou-se pelo Vale do Paraíba, cruzou a Serra da Borborema e estabeleceu uma redução dos índios Pegas, núcleo original onde hoje é estabelecida a cidade de Pombal. O aldeamento logo depois se viu envolvido nas lutas da confederação dos Cariris, que reagiam à ocupação de suas terras.

Conforme já citado no Capítulo I desta dissertação, em 04 de maio de 1772 a Povoação ou Arraial de Nossa Senhora do Bom Sucesso foi elevada à Vila Nova de Pombal. Em 1774 a jurisdição eclesiástica, então chamada Freguesia de Nossa Senhora do Bom Sucesso, com sede na antiga Aldeia dos Pegas, compreendia 14 capelas, 567 fazendas das quais 77 na própria ribeira do Piancó. A população era de 5.422 pessoas e essa região do sertão paraibano incluía as regiões de Patú e do Seridó, hoje pertencentes ao Rio Grande do Norte (JOFFILY, 1892, *apud* BENJAMIM, 1976). Esses dados evidenciam a importância da administração e domínio político-econômico de Pombal na Paraíba.

De acordo com essa fonte, em 21 de julho de 1862 a Vila foi elevada à categoria de cidade e hoje Pombal está na área de influência do sertão da Paraíba. A Igreja do Rosário de Pombal é um dos raros exemplos da arquitetura barroca no sertão do nordeste paraibano. Seu primeiro esboço de construção dataria de 1701, mas a igreja atual teria sido edificada em 1721, como consta em sua identificação da fachada frontal. Foi considerada a Igreja Matriz de Pombal até 1897, quando foi destinada ao culto de Nossa Senhora do Rosário pelos negros da mesma irmandade.

Esse foi o berço onde teve início o cultivo cultural da festa do Rosário de Pombal, que em seu princípio administrava apenas o espaço religioso da fé emanada da cultura negra e que sofreu mudanças com o passar dos tempos. Porém, a Igreja mantém seu aspecto barroco quase inalterado. De acordo com as observações e memórias de histórias ouvidas pela autora deste trabalho, a referida igreja possuía, no passado, ornamentos em ouro – cúpulas de altares, coroas de santos e rosários etc. -, que desapareceram.

Hoje o município de Pombal, de acordo com os dados preliminares do censo de 2007, conta com 31.581 habitantes⁴ e sua extensão territorial foi reduzida para a área de 888,811 Km²⁵. Sua principal produção econômica é de origem agrária, com poucas indústrias de pequeno e médio porte – doces, manteiga, queijos, velas, artigos plásticos, detergentes, marcenarias, confecções, bolsas e outros, para o consumo regional. O comércio do centro urbano da cidade, no entanto, é alimentado com produtos vendidos através das franquias de marcas famosas de vestuários, calçados, acessórios e outros ligados à moda disseminada pela mídia, especialmente a televisiva.

Há também estabelecimentos que negociam perfumes, louças, cristais, aparelhos eletroeletrônicos, jóias, bijuterias e relógios. Encontram-se, ainda, os pontos de revenda de carros e principalmente motos, inclusive as de baixo custo (muito usadas pelos jovens), cuja demanda é considerada alta para a população urbana e rural. É esse comércio que alimenta o consumismo das pessoas que têm poder aquisitivo e/ou de “prestígio” e “nome” para terem crédito a perder de vista.

A renda que alimenta as atividades comerciais de Pombal é proveniente dos produtores rurais, que variam entre agricultores grandes e pequenos, criadores de gado bovino, caprino e ovino, muitos dos quais utilizam técnicas de fertilização modernas. Há também funcionários públicos municipais, estaduais e federais, bancários, comerciantes, comerciários e pequenos empresários industriais.

Nas periferias destaca-se a ampla distribuição de bolsas-família e um número significativo de beneficiários de aposentadorias, o que não impede de se encontrar um grande número de pessoas com renda insuficiente para sua subsistência. Há também os empregados domésticos e uns poucos que não têm renda nenhuma, que são os desempregados que vivem de forma miserável e são ajudados pelos que têm melhores condições de renda. A caridade, em Pombal é institucionalizada por religiosos e pastorais da Igreja Católica, Igrejas Evangélicas,

⁴ Censo de 2007, IBGE, 2007. Esses dados são resultados parciais do censo de 2007 relativo ao município de Pombal. Segundo esta fonte a população de Pombal teve um decréscimo devido ao desmembramento dos distritos de São Bentinho, São Domingos e Cajazeirinhas, que se tornaram sedes municipais.

⁵ IBGE. **Censo de 2007**: Relatório Parcial. Pombal, 2007 (www.ibge.gov.br).

clubes de serviço como o Rotary, ou por pessoas mais abastadas que mantêm essa prática.

Não podemos hoje ver a Festa do Rosário como um único espaço religioso, e todas as categorias sociais de Pombal têm seu espaço neste território. Essa comemoração é composta, atualmente, tanto pelo antigo novenário, que é rezado em homenagem exclusiva a essa santa, como pelas procissões, missas e devoções populares, onde se leva e traz o Rosário, ao qual se atribuem milagres e concessões de graças divinas. A multiplicação dos espaços da festa tomou então novas proporções que não só as da fé religiosa popular. Essas inovações têm-se manifestado com bastante força nos tempos atuais, em que o fenômeno do consumo moderno foi substancialmente agregado a essa festa.

Uma dessas ampliações se dá pelas pessoas de várias camadas sociais de Pombal. Muitas pessoas fazem festas residenciais, cujos participantes são os parentes que moram fora da cidade e que são assim recepcionados de forma que se encontrem junto aos seus nesse curto espaço de tempo da manifestação popular da festa. Outro espaço em evidência que é bastante concorrido nesse período é o evento do Encontro dos Filhos de Pombal, que se estabeleceu nos anos 90 como uma associação informal para juntar os conterrâneos que chegam com os que lá residem.

As pessoas que participam do Encontro compartilham com o significativo simbólico de ostentar uma trajetória de sucesso profissional, além de poder atualizar laços afetivos com os que ali ficaram e relatar as suas histórias de vida fora desta cidade. O sucesso profissional é também demonstrado pela capacidade de consumo na festa, ostentação de posses de carros e equipamentos eletrônicos, além de participar das rodas das famílias 'consideradas como importantes' de Pombal.

O Encontro, como é chamado o local⁶ onde se reúnem os membros da sociedade de Pombal, e que ocorre sempre ao sábado à tarde – dia principal da festa -, tem a finalidade de pôr em dia os fatos e histórias passadas e presentes

⁶ O local geográfico pode ser no Largo do Centenário, defronte à Igreja de N. Sra. do Rosário, ou, em outro local previamente acertado pelos estudantes universitários e formados, que moram ou moraram fora e que se encontram nessa ocasião.

dessas pessoas. Também se faz homenagens especiais a alguns desses filhos da terra que tenham, em seu histórico de vida, um referencial de pompa ou notoriedade social. No “Encontro” os participantes tocam e cantam as músicas populares que marcaram suas memórias, alternando passado e presente. Essas confraternizações são acompanhadas de comidas típicas regionais e bebidas, que são preparadas e servidas por pessoas que ocupam um bar que é instalado nesse mesmo local.

Os participantes do Encontro são, em sua maioria, descendentes de comerciantes, fazendeiros, autoridades políticas, funcionários públicos e outros que são considerados como filhos “ilustres” de Pombal, termo este que abrange também os bêbados populares da cidade. O Encontro é, enfim, um espaço onde se exhibe o sucesso ou a intensidade afetiva e saudosa com a qual a sociedade vê os homenageados desse evento.

A chamada “sociedade” de Pombal é diversificada e formada por pessoas de poder aquisitivo mediano, mas, também composta por famílias que têm condições financeiras para mandar os filhos fazerem um curso universitário fora da cidade, seja em centros próximos como Campina Grande, João Pessoa ou distantes como São Paulo, Rio de Janeiro ou até mesmo fora do país. São eles e os que trabalham e moram fora que fazem questão de voltar a Pombal na ocasião da festa do Rosário e participar do Encontro. Há até os que vêm do exterior – França, Alemanha, Estados Unidos, Portugal etc. - e que se sentem atraídos e “obrigados” a participar da festa porque este evento faz parte da sua identidade cultural. Esta é a maior força de atração da festa do Rosário.

Outro espaço importante da festa, que proporciona entretenimento aos visitantes nesse período, é o banho no rio Piancó, que tem suas margens bem próximas aos eventos, o que facilita o trânsito dos turistas que estão no centro das festividades para as áreas balneárias. É um local onde se concentra grande número de pessoas consumindo bebidas e se confraternizando, de forma harmoniosa ou, por vezes, nem tanto, pois é comum neste período haver desentendimentos por excessos alcoólicos e até crimes. Isso evidencia o clima fortemente emocional desta festa, o que é mais um elemento simbólico relacionado ao evento.

A clientela da Festa do Rosário não se resume a esse público citado acima; um grande número de visitantes vai para as comemorações noturnas com grande concentração de pessoas que se aglomeram no largo da Igreja de Nossa Senhora do Rosário, no primeiro instante em que se dá o novenário. Após isso, muitos afluem para os clubes chegando às vezes a disputar uma vaga para entrar nessas festas, que chegam a ter multidões, com a contratação de bandas famosas. Por exemplo, tais eventos chegam a funcionar com até três bandas por noite onde se aglomeram até oito mil pessoas.

É nesses espaços específicos que ocorre também a circulação dos jovens com suas exhibições de consumo massificado moderno. Neles se pode observar a diversificação de produtos distintivos, como roupas, celulares, câmeras fotográficas, filmadoras e outros objetos sendo ostentados pelos participantes. É no ato de portar esses aparelhos que se pode constatar a propagação consumista, o que se configura como uma espécie de ritual que gera a “admiração” e desejo dos que não os possuem. As festas dos clubes cobram ingressos, o que evidencia que os seus freqüentadores-consumidores “têm poder aquisitivo” para freqüentá-las, o que significa que esses espaços são importantes cenários de consumo distintivo, no sentido desse conceito dado por Canclini (1995).

No largo do Centenário, defronte da Igreja do Rosário e nas ruas adjacentes, durante as noites da festa, encontram-se as bandas locais e barracas onde há mesas e cadeiras para os jovens se concentrarem sem pagar ingressos. Lá eles podem dançar, conversar, beber e consumir, o que indica um espaço que inclui os de menor poder aquisitivo, que se misturam aos demais, tornando a freqüência a esse local como “quase obrigatória”. Os populares que não querem ficar ali ou não têm poder aquisitivo para consumir comidas e bebidas ficam andando em torno deste largo. A imagem é de muitas mesas com cadeiras ocupadas e uma multidão andando em movimentos circulares em torno deste epicentro do festejo.

Em volta desse mesmo largo e adjacências estão as barracas com ofertas de produtos diversos, como souvenirs, artesanatos, comidas e doces típicos, guloseimas etc. Duas dessas são administradas pela própria Igreja do

Rosário e os produtos ali comercializados são doados pelos membros freqüentadores da mesma. Também são eles que ajudam nas vendas, para que os lucros, que são revertidos para a igreja, sejam maiores.

Junto com as barracas estão os brinquedos dos parques de diversões infantis, que se constituem uma das mais fortes atrações de consumo da festa do Rosário, pois, estão sempre lotadas de gente. Pode-se dizer que esses parques compõem o espaço das crianças nesta festividade. A disputa pelos espaços mais próximos da igreja é muito grande e quem os administra é a prefeitura, mais especificamente o Departamento de Infra-estrutura e Tributação, juntamente com a Secretaria de Administração, que se encarrega de cobrar taxas para essa ocupação. O critério de ocupação dos melhores lugares de barracas e brinquedos dos parques é o de proximidade dos comerciantes com as autoridades políticas locais.

Porém, deve-se enfatizar que em todos esses espaços são encontradas pessoas desde o mais alto poder aquisitivo, social, político ou mesmo clerical, até pessoas comuns, incluindo-se as das periferias e zona rural. Essa é a representação espacial da sobreposição simbólica da festa, ou melhor, das festas, já que ela nunca foi única e sim muitas que ocorrem simultaneamente.

É o caso, por exemplo, do bispo da diocese regional que sempre se faz presente no domingo em que culminam as atividades religiosas referentes ao Rosário. Encontram-se, também, governadores, senadores, deputados, desembargadores e outros que ali transitam para se exibirem, cumprimentando quem vai e quem vem. Eles executam o seu “*marketing* político” que é às vezes gratuito, ou seja, para serem vistos enquanto se divertem, e às vezes com interesses eleitoreiros no caso da proximidade com as eleições. Esse é um dos rituais cujos significados simbólicos são dos mais antigos deste evento da festa do Rosário. **É essa junção da apresentação das pessoas e famílias importantes e dos fenômenos de consumo distintivo que mais se destaca na festa do Rosário. É o antigo e o novo no mesmo cenário.**

Como todo evento que aglutina multidões, essa festa revela como uma instância para amplas manipulações políticas, que merecem destaque nessa descrição. Nessa ocasião, os políticos da região aproveitam para fazer as suas

articulações, ou seja: negociar adesões e apoios a seus projetos; divulgarem promessas eleitoreiras; oferecer seus préstimos para resolver problemas junto às autoridades, especialmente as que se relacionam com liberação de recursos, entre outros. Esses personagens apresentam e debatem entre si e os “subalternos” do povo suas propostas e planos de execução política e se passam como “populares” e “amigos” de todos.

O quadro que mais se observa é o dessas pessoas “einentes” cumprimentando ritualmente a todos e fazendo discursos sutis para pequenos grupos de pessoas e “admiradores” aglomerados em diversos lugares da festa. São também generosos, atendendo ao pedidos de ajudas de todos os tipos, que são feitos pelos populares. Essas manipulações eram tidas, até há algum tempo atrás, como componentes formais da festa, a ponto de haver disputas acirradas por vagas no palanque religioso, que era montado para as missas e celebrações dos últimos dias da festa.

Explicando melhor, houve uma época em que essa busca de visibilidade política foi tão grande no palanque religioso, que o espaço para as autoridades da igreja ficou reduzido. De uns anos para cá, tem-se observado um certo arrefecimento dessa prática, devido aos cuidados de algumas autoridades religiosas em resgatar o sentido devocional desse momento. Com esse “desestímulo”, tal prática tem se tornado enfraquecida, porém, não extinta, haja vista que a articulação política ainda ocorre com freqüência nos arredores da festa. Esta comemoração não se perde no tempo, mas, continua firme, apenas sofrendo mutações causadas por pressões e mudanças sociais que acabam por atingir essa relíquia cultural, que é a Festa do Rosário de Pombal.

Mas, mencionar só esses personagens einentes deixa o quadro da festa incompleto e irreal, pois os grupos sociais que com maior intensidade compõem a festa são os populares. São as pessoas comuns, mendigos, cegos e deficientes físicos, pedintes, idosos necessitados e também meninos de rua, mulheres grávidas ou com crianças de colo, prostitutas, bêbados, ladrões do maior e do menor quilate, do centro, da periferia, das redondezas e dos municípios vizinhos e longínquos, que também freqüentam o evento. Os pagadores de promessas, que normalmente vêm da zona rural, são os últimos a

chegar à festa e têm o intuito eminentemente voltado para a religiosidade, usando, para isso, vestes e objetos característicos.

As mulheres e crianças do sexo feminino costumam usar o “manto” de Nossa Senhora, que é uma roupa azul e branca e que vai até os pés, com coroa e cordão amarrado na cintura. Os homens e meninos usam o traje que eles denominam como sendo de São Francisco, que é uma túnica marrom longa, com uma corda amarrada na cintura, simbolizando o culto à simplicidade e despojamento material. Há os que usam uma planta espinhosa em volta da cabeça, como uma representação da coroa de Cristo. Outros carregam pedras na cabeça, cruzes, e muitos vão descalços, como sinal de penitência.

Há também os cantadores de versos e de viola, que disputam os locais de consumo e a atenção do público. A expansão consumista da festa continua com a multiplicação dos espaços sociais da mesma. As pessoas se concentram no Largo do Centenário, em bares e barracas, que são armados com a ocupação de toda área urbana central, que se torna um dos principais palcos dessa festividade (Ver Figura 7).

Podemos observar as mais diversas cenas, o que nos leva a ignorar, por instantes, coisas desgastantes e comuns do dia-a-dia, já que tudo isso foge do cotidiano. Nesse cenário poderão acontecer discursos de bêbados, loucos ou políticos, e exageros podem ser evidentes nesse quadro, desde o modo de se vestir de alguns, juntamente com o modo como a bebida é consumida no período em questão. A efervescência desse momento, que é esperado durante o ano todo, por toda redondeza, gera também expectativas de vendas e é o período de maior faturamento no setor comercial de roupas e calçados de Pombal nas vésperas da festa.

Segundo os comerciantes, nem as tão propagadas e esperadas festas de fim de ano como Natal e Ano Novo vendem mais que esse período na cidade, pois, para muitos habitantes, este já é o tempo das compras de fim de ano. É o evento anual em que a história tem registrado grandes acontecimentos na vida dos indivíduos e na sociedade como casamentos, crimes, visitas de personalidades ilustres da terra e outros. Também passam por aqui canais famosos de televisão fazendo cobertura do evento, bem como pesquisadores do

estado e de outras partes do país, fazendo disso motivo de orgulho para essa terra, pois colhem vastos materiais de pesquisa.

A Festa do Rosário é o encontro máximo da cidade, quem foi para longe sempre volta exatamente nessa época, pois sabe que ali está uma oportunidade de reencontrar os amigos, matar as saudades de quem um dia teve de fugir das difíceis condições econômicas ou educacionais do sertão da Paraíba. São os que deixaram para trás sonhos de infância, e que na maioria das vezes não voltaram para buscá-los, mas apenas para visitá-los, ou quem sabe recordá-los.

Esse é um sentimento antigo, que o tempo sempre traz de volta e que nós insistimos em cultivá-lo. A tecnologia da festa representa os tempos modernos, e a nostalgia gera a saudade dos primórdios desta festa que muda constantemente sem deixar de ser a mesma. A mentalidade apoiada nos valores que dão sentido à importância das famílias ilustres de Pombal é realimentada pela visibilidade da distinção consumista dos jovens no cenário da Festa do Rosário. É nessa renovação das famílias antigas e importantes no fenômeno do consumo de massa dos jovens que se encontra o essencial desta pesquisa.

Na etnografia desta festa se destacam alguns pontos que se apóiam na teoria, como se pode verificar:

A primeira fase da dominação da economia sobre a vida social acarretou, no modo de definir toda realização humana, uma evidente degradação do ser para o ter. A fase atual, em que a vida social está totalmente tomada pelos resultados acumulados da economia leva a um deslizamento generalizado do ter para o parecer, do qual todo 'ter' efetivo deve extrair seu prestígio imediato e sua função última. Ao mesmo tempo, toda realidade individual tornou-se social, diretamente dependente da força social, moldada por ela. Só lhe é permitido aparecer naquilo que ela não é (DEBORD, 1997, p. 18).

É importante considerar aqui que as pessoas e famílias ditas como “importantes” de Pombal passam por instabilidades econômicas como ocorre em qualquer lugar do mundo capitalista. Ninguém cultiva as aparências em

detrimento do ser por mera vaidade ou teatralidade, ou seja, como composta de falsos valores.

O que mais se destaca é o forte e arraigado simbolismo relacionado à importância que os membros da sociedade de Pombal dão a essas ascendências e descendências de “nobreza”, cujas raízes são históricas e culturais, e que se realimentam através da supervalorização dos elementos significativos do consumo distintivo. Recorremos novamente a Debord (1997, p. 121) para interpretar esse fenômeno:

A cultura provém da história que dissolveu o gênero de vida do velho mundo. [...] ela é tão somente a inteligência e a comunicação sensível que continuam parciais numa sociedade parcialmente histórica. Ela é o juízo de um mundo pouquíssimo capaz de julgar.

Retomaremos a essa temática no Capítulo IV.

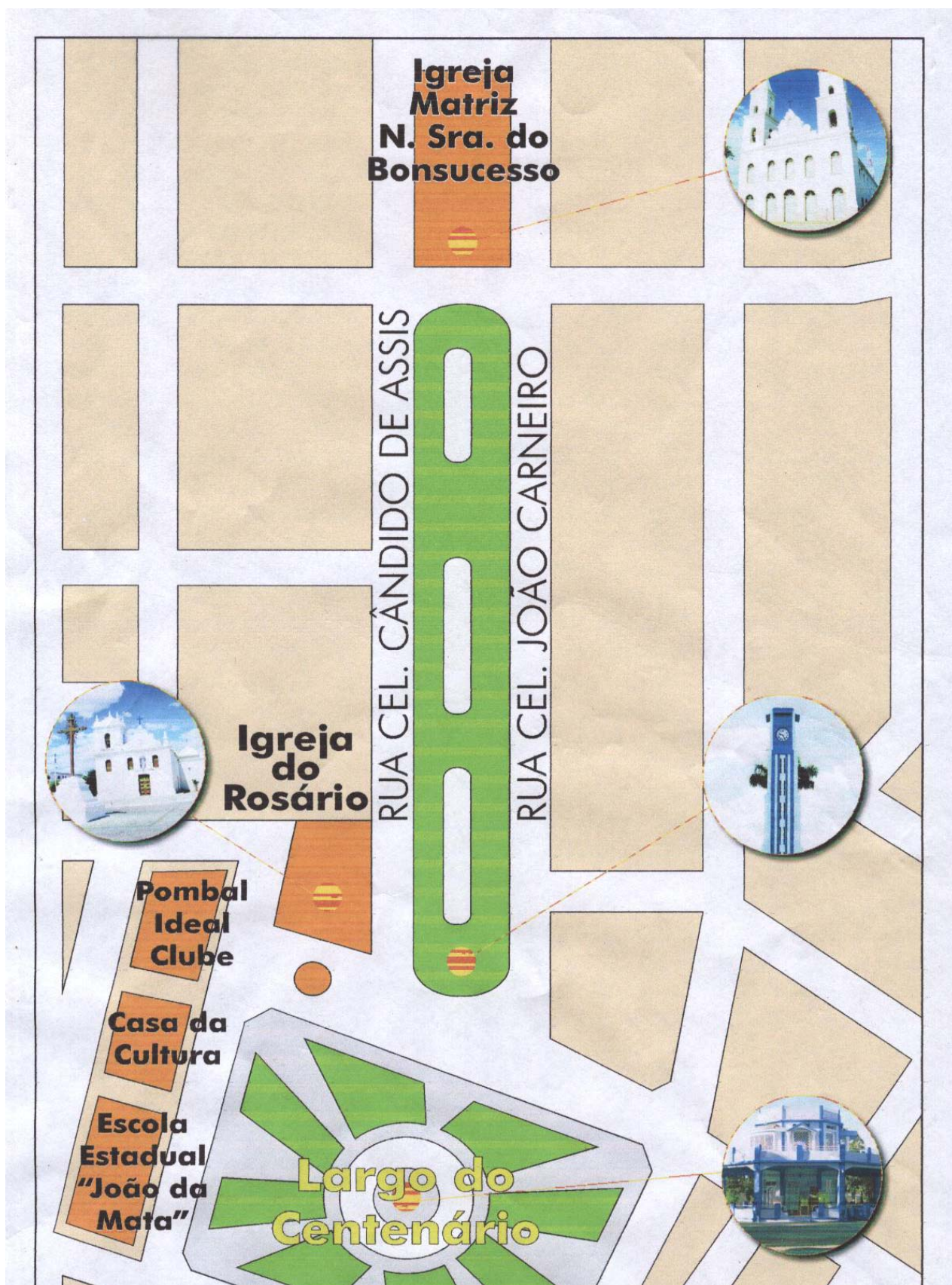


Figura 7: CROQUI DA ORGANIZAÇÃO ESPACIAL DA FESTA DO ROSÁRIO

FONTE: Prefeitura Municipal de Pombal - Departamento Administrativo (2007)

CAPÍTULO IV

A JUVENTUDE E O CONSUMO NA FESTA DO ROSÁRIO



Figura 8: Enfoque consumista da festa.

FONTE: Acervo pessoal (2007)



Figura 9: Enfoque de consumo e lazer da festa.

FONTE: Acervo pessoal (2007)

"A unidade de medida cultural é o que determina uma sociedade".

Laurie Beth Jones

Neste capítulo enfocaremos as representações dos jovens do ensino médio de Pombal a respeito do consumo de ostentação observado no cenário da Festa do Rosário, e, a partir delas daremos visibilidade ao modo como eles percebem o universo social ao qual pertencem.

Segundo Moscovici (1978), as representações sociais se manifestam em palavras, sentimentos e condutas e se institucionalizam, portanto, podem e devem ser analisadas a partir da compreensão das estruturas e dos comportamentos sociais compartilhados. Sua mediação privilegiada, porém, é a linguagem, tomada como forma de conhecimento e de interação social.

Como exemplo, temos a obra organizada de Denise Jodelet (*apud* SPINK, 1993, p. 32) sobre as representações sociais. Para a autora, uma definição sintética revela: “Representações sociais são uma forma de conhecimento, socialmente elaborada e partilhada, tendo uma visão prática e concorrendo para a construção de uma realidade comum a um conjunto social” (JODELET, *Apud* SPINK, 1993, p. 32).

Interessante se faz ainda notar que, enquanto expressão social e cultural, envolve a interpretação de símbolos na qual a linguagem exerce um papel fundamental e, ainda, uma influência ideológica que mapeia o universo sócio-cultural, uma vez que:

Ao representar qualquer coisa não se sabe jamais se mobiliza um índice do real ou um índice convencional, social ou afetivamente significante. Somente uma evolução ulterior, um trabalho consciente dirigido seja além do figurado, em direção ao real, permite sanar essa incerteza. Por essa razão, essas formas de conhecimento que são as representações [...] são, ao menos no que se refere ao homem, primordiais. Os conceitos e as percepções são elaborações e estilizações secundárias, umas a partir do sujeito e as outras a partir do objeto (MOSCOVICI *apud* SÁ, in SPINK, 1993, p. 35).

Argumentando que as representações sociais são construções lógicas do percebido ao concebido, partimos agora para os processos que integram a formação desse tipo de pensamento. São dois os processos: *objetivação* e *ancoragem*. De acordo com Moscovici (*apud* SPINK, 1993, p. 34, destaques

nossos), “a função de duplicar um sentido por uma figura, dar materialidade a um objeto abstrato, naturalizá-lo, foi chamada de **objetivar**. Já a função de duplicar uma figura por um sentido, fornecer um contexto inteligível ao objeto, interpretá-lo, foi chamado de **ancorar**”. A partir dessa perspectiva conceitual, acreditamos que:

A dinâmica dos relacionamentos é uma dinâmica de familiarização, onde objetos, indivíduos e eventos são percebidos e compreendidos em relação a encontros ou paradigmas prévios. Como resultado, a memória prevalece sobre o presente, a resposta sobre o estímulo, as imagens sobre a realidade (MOSCOVICI, *apud* SPINK, 1993, p. 36).

Agregaremos aqui a teorização sobre adolescência e juventude, o que inclui a pressão consumista que eles sofrem cotidianamente e especialmente por ocasião deste evento pelos meios de comunicação de massa.

Primeiramente é necessário lembrar que os jovens estudantes do ensino médio são também considerados como adolescentes cuja faixa etária não tem limites precisos. Como qualquer outro membro da sociedade, eles interpretam uma infinidade de papéis que direcionam seu comportamento. Estes são impostos pela cultura, que por sua vez, também pode ser caracterizada pelos papéis desempenhados pelos indivíduos que fazem parte dela.

Consciente ou inconscientemente as sociedades determinam os papéis que devem ser adotados por seus membros, com o objetivo de serem perpetuadas (NAFFAH, 1979, *apud* NASCIMENTO, 1999). A família é a principal responsável pela formação da identidade cultural e social de seus membros, e ela é considerada fonte natural das ideologias refletindo a estrutura econômica da sociedade. O estudo sobre adolescentes e jovens requer a identificação e análise dos papéis que cada membro desempenha nesse cenário de auto-afirmação entre imaturidade X maturidade.

Em termos psicossociais, a adolescência pode ser considerada o período de transição entre a infância e a chamada ‘maturidade’, quando os papéis de criança são descartados e os papéis de adulto ensaiados. Define-se por fenômenos de ordem psicológica, provocados por mudanças fisiológicas ocorridas a partir da puberdade (NASCIMENTO, 1999, p. 15).

Para a mesma autora, na cultura ocidental os limites da adolescência são vagos e nenhuma cerimônia marca sua saída. O código civil de alguns países o fixa à idade de 21 anos. No entanto, alguns desses mesmos códigos permitem o voto e concedem carteira de motorista em época anterior, como é o caso do Brasil.

Não podemos desconsiderar que a atual juventude tem sofrido mutações e podemos observar, sem o risco de julgar a atual geração tomando como parâmetro a geração anterior, e podemos ver que os valores foram invertidos: a opção solidária foi substituída pelos lemas “levar vantagem em tudo”, e “cada um por si”. É fácil constatar que nos novos tempos, enquanto os “shoppings” estão repletos de jovens, por serem mais receptivos às mensagens consumistas, os grêmios e diretórios acadêmicos estão quase vazios e a juventude cada vez mais despolitizada.

Nascimento (1999, p. 16-17) lembra que:

Nas sociedades industrializadas, a crise econômica, acentuada nos últimos anos, tem reduzido as possibilidades de trabalho e, conseqüentemente, reduzido as possibilidades de independência financeira. A dependência à família de origem é, então, prolongada e, assim, ampliado o tempo da adolescência. [...]. Ebulição, efervescência, paixão e dever permanente não são passageiros como um período de desenvolvimento e, sim, privilégio daqueles que não se instalaram para sempre em cômodas poltronas. Neste sentido, a adolescência pode ser considerada um ‘estado de espírito’, cujo fim não é determinado pelo número de anos ou por papéis definidos pelo sistema social.

Essa definição se encaixa aos jovens de Pombal, cuja adolescência não depende tanto de idade ou de seus papéis, a não ser pelo fato de serem estudantes do ensino médio de onde tiramos a amostra deste estudo. Eles estão no contexto da industrialização: esta levou a progressiva urbanização da sociedade e desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, progresso científico e tecnológico, declínio da aprendizagem dos ofícios na unidade doméstica, extensão progressiva da escolarização e a transformação da família extensa em família nuclear urbana. Tudo isso propicia novos desempenhos dos

papéis, de sexo e de idade, além de ter gerado uma maior intimidade entre pais e filhos.

Estes passaram a viver sob o mesmo teto por mais tempo, havendo um recrudescimento do controle, com redução da independência financeira do jovem e a intensificação dos laços afetivos. O chamado “espírito doméstico” foi se instalando gradualmente durante o século XIX, com o aumento da formação escolar, o adiamento do casamento foi inevitável apesar de ter suas exceções e, conseqüentemente, o tempo vivido sob a tutela doméstica foi prolongando e contribuiu para que o período de adolescência se tornasse mais longo. O advento da família moderna coincide, portanto, com o nascimento da adolescência.

Com o corpo adulto e uma dependência infantil, os jovens passaram a constituir um grupo com especificidades pautadas pela indefinição de seus papéis. Após a II Guerra Mundial, e principalmente a partir dos anos 50, a geração jovem tornou-se mais diferenciada da geração adulta. Houve no final dessa década uma consolidação da imagem do adolescente como instável e revoltado, período em que ficou caracterizado até os dias de hoje, por eles, como tempo de malhação, shopping e curtição, ou seja, tempo de consumo (NASCIMENTO, 1999).

As subculturas jovens adquiriram importâncias social, cultural e política. A população adolescente aumentou significativamente nesse período, havendo assim grande mudança na esfera social, e, de participante ativo do mercado de trabalho, o adolescente se transformou em consumidor desse mercado. A sociedade de consumo apropriou-se dos valores da subcultura jovem, e influenciou seus comportamentos (NASCIMENTO, 1999).

Isso ocorreu a partir da década de 50 do século passado, com a explosão do *rock*, da massificação da indústria cultural e a descoberta do potencial de consumo. As culturas juvenis passam a ser constituídas nos espaços do lazer e do consumo, tornando a sociedade moderna profundamente acelerada. O consumismo capitalista dá mais velocidade à vida juntamente com as novas experiências do moderno; a natureza humana se defronta com diversos desafios que trazem uma lógica da inconstância, da renovação e da satisfação pessoal, como indica Lipovetsky (1989).

Tudo isso acaba por minar a valorização das culturas tradicionais e a vida torna-se desregulada, as relações sociais são cada vez mais variáveis e as normas menos estáveis. Não só o jovem, mas o homem moderno se vê dentro de uma dinâmica de multiplicidade de variações em que os tempos atuais lhe impõem um ritmo frenético em que tudo é feito para mudar igual às roupas. Tudo revela os “traços da condição moderna” e o novo tempo manifesta uma febre de novidades bem própria do ocidente, onde a celebração do presente se institui enquanto lixo temporal da sociedade moderna (LIPOVESKY, 1989).

Segundo este autor, as mudanças comportamentais estabelecidas pela sociedade atual têm, logo cedo, levado os indivíduos, uns mais, outros menos, a serem treinados pelas instâncias de educação, pela família e por outros espaços de socialização, a acompanharem esse ritmo do desenvolvimento social. Nele até a educação é comprometida, quando a limitação de vagas nas universidades estimulam esses ciclos viciosos de competições em que sobressair-se frente aos demais, passar adiante do outro é a regra básica e “natural” da “corrida” frenética rumo ao progresso futuro. São esses fatores da modernidade que impedem o jovem de Pombal de ver com clareza a importância da sua cultura popular, e a história das tradições afro-brasileiras da sociedade onde vive.

Segundo Machado Pais (2003), há duas correntes teóricas da Sociologia da Juventude onde as culturas de massa intervêm: a corrente *geracional* e a corrente *classista*. Vejamos como este autor define a primeira:

‘A *corrente geracional* toma como ponto de partida a noção de juventude, entendida no sentido de *fase da vida*, e enfatiza, por conseguinte, o aspecto unitário da juventude. Para esta corrente em qualquer sociedade há várias culturas (dominantes e dominadas) que se desenvolvem no quadro de um sistema dominante de valores’ [...]. De acordo com a *corrente geracional* – quer o quadro teórico seja o das *teorias da socialização*, quer o das *teorias das gerações* – as *descontinuidades intergeracionais* estariam na base da formação da juventude como uma *geração social*. (p. 48, itálicos do autor).

Em outras palavras, cada geração é determinada mediante uma auto-referência a outras gerações das quais se vê distintamente ou não. De acordo

com esta corrente a valorização da problemática da juventude justifica-se em função dos sinais de continuidade e descontinuidade intergeracionais. Na pesquisa em foco veremos que se trata, no caso da juventude da elite, de continuidade geracional já que os elementos simbólicos da distinção das famílias importantes de Pombal são legitimadas historicamente e mantidas vivas até hoje, nos seus valores essenciais.

Para a corrente classista

[...] a reprodução social é fundamentalmente vista em termos de reprodução de gênero, de raça, enfim de classes sociais. A definição de juventude como 'fase da vida' perde a sua força conceitual e esta categoria acaba sendo dominada pelas 'relações de classe'. De acordo com esta corrente a transição dos jovens para a vida adulta encontrar-se-ia pautada por desigualdades sociais. (MACHADO PAIS, 2003, p. 56)

Segundo este autor, há brechas neste sistema reprodutivo, importando analisar as suas origens e as implicações que elas poderão provocar no processo de transição dos jovens para a idade adulta. Algumas dessas brechas são produtos de transformações que afetaram o próprio sistema político e econômico do país ou ocorrem mais pausadamente nos meandros da vida cotidiana. Para esta corrente, as culturas juvenis são sempre culturas de classe, isto é, são sempre entendidas como produto de relações antagônicas.

Machado Pais (2003) deixa bem claro que, em termos empíricos as duas correntes podem se mesclar. Consideramos que é isso que ocorre, tanto no nosso estudo empírico como no deste autor em Lisboa/Portugal. Em Pombal, no nordeste brasileiro, a juventude da elite econômica apresenta sinais de continuidade da cultura intergeracional que esta categoria social desenvolve, ao passo que as categoriais econômicas baixas se enquadram nas culturas juvenis da corrente classista.

Retomando os dados do Capítulo III sobre a estrutura socioeconômica de Pombal vejamos os significados latentes das representações simbólicas do que é ser "rico" ou ser "pobre" em Pombal, bem como a importância destas palavras chaves que mapeiam as posições dos jovens na sociedade desta

cidade. O poder aquisitivo e de consumo dos ícones consagrados na cultura da aparência e ostentação deste universo delimitam, em grande parte, o “ser rico” e “ser pobre” nesta cidade, e esses critérios são expressos e renovados anualmente na festa do Rosário.

Os dados das representações simbólicas referentes ao “ser rico” e “ser pobre” foram captados informalmente por nós no decorrer da pesquisa de campo e estão registrados no nosso diário de campo. Vejamos primeiramente as representações simbólicas do “ser rico”:

- **Ser “rico” significa ser possuidor de um patrimônio simbólico marcado pelo sobrenome e/ou pertencer a uma família considerada e conhecida como tal, ainda que seja somente uma aparência de riqueza. A expressão “família conhecida” significa estar dentro dos critérios de respeito ao sobrenome e patrimônio correspondente ou aparente, e eles são compartilhados pela maioria dos habitantes de Pombal e vizinhanças;**
- O patrimônio material que deu sentido aos critérios de classificação das categorias sócio-econômicas já desapareceu em muitas famílias. Aquelas que conseguiram acrescentar novas fontes de renda aos seus patrimônios simbólicos se mantêm na posição de “ricos”. Muitas famílias consideradas de renome tradicional hoje não têm credibilidade social para, por exemplo, ter cobertura de crédito no comércio. Mas, na ausência da renda o valor do nome de família ainda tem a força simbólica que pode viabilizar negociações de crédito no comércio local;
- Ser “rico” é ter hoje ou em algum momento passado um cargo político importante no cenário local, regional e até nacional;
- Significa também dispor de uma fonte de renda considerada alta para os padrões locais, mesmo que não exista o patrimônio simbólico de pertença a uma família “importante”. Nesse caso a

referida riqueza abrange a posse de uma residência com decoração e requintes do conforto moderno e ter poder aquisitivo para adquirir produtos de consumo massificado que podem ser ostentados;

- É ter status por ocupar um cargo eletivo e/ou considerado importante no sistema público estadual ou federal e gozar de privilégios políticos.

Significa, finalmente ser portador de origem e/ou sobrenome de **família tradicionalmente educada e conhecida**.

Vejamos agora as representações simbólicas do “ser pobre”:

- “Ser pobre” é **não dispor de renda** para a aquisição dos produtos de consumo de ostentação, tanto no cotidiano como na Festa do Rosário de Pombal, embora até possa ter um considerável patrimônio material;
- É estudar em escola pública, embora haja exceções de “pessoas de posses” cujos filhos também estudem nessas instituições de ensino;
- O jovem considerado “pobre” é filho de uma família de trabalhadores rurais que não têm a posse da terra nem um nome de família conhecida;
- O jovem de classe baixa reside, em sua maioria, nas periferias de Pombal ou em conjuntos residenciais destes mesmos locais e trabalha mesmo que seja em troca de baixas remunerações;
- Ser “pobre” é **não compartilhar do consumo como os “ricos”, embora que os jovens que assim se definam possuam sonhos de ostentação, tanto no cotidiano como na Festa do Rosário.**

É com base nessas representações que os dados da nossa pesquisa de campo foram delineados espontaneamente pelos jovens entrevistados. A seguir apresentaremos os dados empíricos sobre o embate entre as tradições e o consumo massificado entre os jovens na Festa do Rosário. Queremos esclarecer que as perguntas nem sempre foram as mesmas para todos os entrevistados, porque a técnica das entrevistas semi-estruturadas permite que haja variação das questões propostas, apesar de o roteiro ser o mesmo para essas ocasiões.

É importante notificar que as entrevistas com eles foram feitas tanto em grupos como com indivíduos em separado. Estes últimos foram entrevistados depois da celebração do sábado antes do final de uma das festas do Rosário. As entrevistas foram em etapas temáticas; primeiramente serão colocados os dados das entrevistas feitas com os jovens **estudantes de uma escola pública de Pombal**, sobre a aceitação ou não da proposta de preservação dos grupos de cultura popular como os das danças dos Pontões, Congos e Reisados, de origem africana.

A proposta da pesquisadora foi de verificar qual era a **representação desses jovens em relação à manutenção ou não das tradições e da valorização da parte religiosa da festa e este é o conteúdo essencial desta parte da pesquisa**, no sentido da orientação metodológica de José Machado Pais (2003b). A primeira pergunta foi:

O que vocês acham das apresentações folclóricas que fazem parte da Festa do Rosário em Pombal?

Estudante do ensino médio de uma escola pública, negro, de origem humilde, 20 anos, reside na periferia e é ligado com a Irmandade do Rosário:

Bem, eu acho importante porque são apresentações como danças que vem desde os primórdios da nossa colonização. Foi uma forma que os negros encontraram para se identificarem com o cristianismo, pois, eles vinham da África e tinham seus cultos africanos, que aqui no Brasil as igrejas não aceitavam. Consideravam [os ritos africanos] como heresia, então, foi uma forma que eles criaram para irem se adentrando na Igreja Católica e para se familiarizarem com o cristianismo.

Estudante do ensino médio de uma escola pública, negro de origem humilde, 20 anos:

Os Pontões é um dos grupos mais importantes, é nossa cultura pombalense né? Não diminuindo os outros, os Pontões fazem parte da nossa cultura, geralmente nas procissões são sempre os Pontões que acompanham, é claro que os outros acompanham também, mas, os Pontões estão à frente porque saem na feira e nos bairros fazendo animação.

Nas entrevistas efetuadas com jovens, alguns deles de cor negra e que são ligados à religiosidade e devoção de N. Sra. do Rosário de Pombal, percebe-se que eles não se enquadram no padrão social da juventude consumista pelo modo com que participam da festa. Notamos que eles têm os mesmos anseios de consumo que são inerentes não só aos jovens, mas, a todas as faixas etárias desse universo, como se pode ver na fala a seguir:

Jovem de origem humilde e negro, estudante de uma escola pública, 20 anos:

Ah! Eu acho que gosto de tudo... da participação do encontro dos filhos ausentes, e que sempre nesse período estão aqui, as procissões que são belas, as novenas que são participadas, acho que tudo! Os padres, enfim tudo simboliza a festa, os parques, os shows, acho que tudo isso levanta a festa, a parte da Irmandade, tudo isso está incluído na Festa do Rosário, e eu pretendo lutar para que nunca morra e para que o ano que vem tenha uma belíssima Festa do Rosário (concluiu com ar satisfeito).

Note-se que, para os entrevistados de cor negra e ligados à Irmandade do Rosário, o sentido da festa é o da devoção e não do destaque consumista, pelo menos nos momentos das celebrações religiosas, como as novenas, procissões e os rituais em geral. Aqui é necessário ressaltar que esses participantes podem não se destacar pelo consumo, mas, têm uma projeção especial por ocuparem funções importantes no desenrolar da festa, como

carregar andores, portarem roupas de gala, se ocuparem dos cuidados com o Rosário e paramentos dos padres celebrantes, etc. Há neles uma posição contrária aos demais jovens, que é o cultivo da cultura associada à prática nos ritos religiosos da Irmandade, o que faz com que os padrões antigos sobrevivam.

Isso ocorre devido ao seu menor poder aquisitivo, por serem de classes menos abastadas e porque seus antepassados são ligados a essa cultura e à Irmandade. Por pertencerem ao grupo social mantenedor dessa cultura e terem condições econômicas mais restritas, eles demonstram o desejo de preservá-la, pois essa é parte da sua identidade.

Vejamos a resposta da mesma pergunta dada por uma jovem, também humilde, da zona rural:

Jovem de origem rural, que reside com uma tia e é estudante de uma escola pública, morena clara, 19 anos:

Eu acho importante porque valoriza a nossa cultura e passa para outras pessoas o conhecimento da nossa história e o que temos de mais precioso, desde nossas origens até os dias atuais. Isso tratado por pessoas simples, humildes, retrata o nosso verdadeiro mundo, o nosso verdadeiro contexto.

Mais na frente reiterou completando com a seguinte frase: *gerando assim a fusão da cultura africana com a portuguesa que aqui existia e indígena n'era?*

Vejamos a resposta da seguinte pergunta: **Vocês se identificam com essas apresentações?**

Jovem da zona rural, estudante de uma escola pública e devota de Nossa Senhora do Rosário, morena clara, 19 anos:

Eu me identifico sim (disse com voz ativa e arrogante) e eu gostaria de participar porque é assim que a gente valoriza esse tipo de apresentação. (Isto faz) com que as pessoas que dançam e praticam essas apresentações vejam que elas não estão sós e tenham auto-estima e interesse em participar desse tipo de cultura (afro-brasileira).

E completou:

Prá se vê a importância que esse tipo de apresentação possa ter na comunidade, a dança é uma forma de expressão, de se expressar, de expor seus sentimentos “pros” outros e essas danças (PONTÕES) estão expondo a revolta deles, tavam expondo a esperança de um mundo novo, esperança de renovar, acabar com o preconceito já existente, mostrar pra sociedade que eles eram “capaz”.

A pergunta seguinte é: **Se essas apresentações de danças chegassem até a escola como um modo de preservação, de renovação e conscientização, vocês gostariam de participar de danças com esse formato?**

Jovem de origem humilde, estudante de uma escola pública, louro, branco, 18 anos:

Entendo que essas danças são importantes, mas, desse jeito que elas são eu não me identifico muito pra sair dançando não, acho que não, não sei não.

Estudante do ensino médio de uma escola pública, negro, de origem humilde, 20 anos, reside na periferia e é ligado com a Irmandade do Rosário:

Eu sei dançar as danças dos Pontões, às vezes danço para “filmar”, eu sei mostrar aos outros como ela é.

Jovem da zona rural e estudante de uma escola pública, devota de Nossa Senhora do Rosário, morena clara, 19 anos:

Eu gostaria porque sempre tive vontade de participar, mas, nunca tive oportunidade. Sempre achei que esses grupos eram muito restritos e a gente não tem participação, mas se trouxessem para a escola ficaria mais fácil para os alunos participarem dessas danças, era um incentivo maior para a participação dos alunos...

A outra jovem da zona rural completou:

As pessoas se interessavam por essa “cultura” ou essa cultura (retificou) e davam valor a essa cultura, à medida que ela se homogeneizassem, que ela

crescesse.

A primeira jovem concluiu:

Não só aqui dentro (na Escola), mas, lá fora (na sociedade) só pros alunos não, a sociedade com certeza daria importância.

Vejamos as opiniões de uma aluna do ensino médio público contidas na resposta à essa pergunta: **Vocês se interessariam pela criação de grupos folclóricos que desenvolvessem esse tipo de danças na escola, mesmo que fosse de uma forma estilizada?**

Jovem da zona rural e estudante de uma escola pública, devota de Nossa Senhora do Rosário, morena clara, 19 anos:

Eu gostaria, até mesmo por que essas danças só têm homem e nós temos que ver que as mulheres estão cada vez mais conquistando espaços, e nada melhor do que as mulheres ocuparem esses lugares também, eu gostaria de participar. (A entrevistada finalizou eufórica e sorrindo)

Continuando na mesma temática vejamos as respostas da pergunta a seguir: **O que acharia se fosse feito um trabalho para renovar os grupos folclóricos de Pombal?**

Estudante do ensino médio de uma escola pública, branco, de origem humilde, 20 anos, reside na periferia e é ligado com a Irmandade do Rosário:

*Eu acharia de grande valia porque nós sabemos que os integrantes desses grupos já estão com suas idades avançadas e com o decorrer do tempo nós sabemos que a cultura vai se perdendo. As pessoas não vão inovando, não vai entrando novos integrantes, então o grupo chega ao ponto em que não há pessoas que dêem continuidade né? **Então é como se fosse a questão da hereditariedade, se houvesse realmente um projeto para***

renovação seria de grande valia e de grande proveito, porque muitas vezes o jovem não participa porque só vê pessoas de idade, então gera um certo preconceito. Se houvesse projeto para renovação muitas pessoas quebrariam esse gelo porque nós temos que ser conhecedores de nossa cultura e... existe em nosso Brasil, existe em nossa terra, porém, mas não sabemos nada o porque e como é feito... então se esse projeto acontecesse, para mim e para os grupos era muito importante e de grande valia.

Jovem de origem rural, que reside com uma tia e é estudante de uma escola pública, morena clara, 19 anos:

Agora haver essa renovação sem deixar, sem tirar a origem, as “essências” desse grupo, porque pra haver essa renovação teria que colocar várias faixas etárias. Deixaria a que já tem, mas colocaria mais sem tirar os princípios que essas pessoas idosas tem mais do que os novatos d'agora, então eles iriam passar essa essência, esses fundamentos pra os de agora.

Depende muito da valorização que a população dá a esse grupo pois, sabemos que hoje em dia o grupo “focrórico” (gaguejou) não tem assim tanta valorização na sociedade. Então seria bem importante que a população desse muito valor a esse tipo de dança pra que as pessoas se envolvessem com mais interesse em participar. Então pra quem quer algo. nada é impossível de realizar.

Jovem da zona rural e estudante de uma escola pública, devota de Nossa Senhora do Rosário, morena clara, 21 anos:

Têm que ser pessoas que estejam dentro do movimento e saibam passar, conscientizar os que vão entrar, por que não adianta essas pessoas entrarem e com dois ou três meses saírem, aí o grupo vai ficar desfeito, então eles têm que entrar, mas, já conscientizados da importância, e da sua essência da verdadeira valorização. Basta a disponibilidade das pessoas, boa vontade, que as pessoas se interessem em fazer essa renovação, que a escola se interesse, que a comunidade se interesse, e então houvesse participação da sociedade em geral, e que haja maior empenho em fazer essa renovação e a divulgação. Com certeza se

houver esse empenho pra haver um bom trabalho, aí a divulgação vai ser consequência, para todo bom trabalho a divulgação é uma consequência mesmo.

Essa pergunta foi feita ao jovem negro de origem humilde e que é ligado à Irmandade do Rosário:

Você pretende fazer esforços para não deixar os grupos folclóricos desaparecerem? Eis sua resposta:

*Claro, assim como eu falei que admiro, da minha parte eu posso lutar pela participação dos jovens nessa luta. **Eu sempre digo aos meninos (os ajudantes da igreja, que são todos jovens) que parece que os jovens têm vergonha talvez da namorada, ou não se achem “dignos” de “tarem” fazendo “aquilo” e se afaste e finda deixando essa cultura acabar.** É tanto que essa Irmandade do Rosário era enorme e agora só tem 12, 13 membros.*

Ficou visível que os estudantes de origem humilde, que estudam em uma escola pública de Pombal demonstraram sua valorização à cultura popular da Festa do Rosário, bem como o interesse em resgatá-la e preservá-la. Os mais ardorosos defensores dessas tradições são os descendentes dos afro-brasileiros de cor negra e que são envolvidos pessoalmente na sua manutenção, até porque, são descendentes dos componentes da Irmandade do Rosário, o que é razão de orgulho e compromisso na colaboração das tarefas religiosas da festa.

Em termos de análise de conteúdo, que confirma essas inferências sobre a defesa das tradições afro-brasileiras encontramos meta-texto abaixo com as seguintes unidades de sentido e palavras chaves, que estão assinaladas em itálico:

FESTA DO ROSÁRIO – PRIMÓRDIOS – CULTOS AFRICANOS – HERESIA – ADENTRANDO NA IGREJA CATÓLICA – CRISTIANISMO – FAMILIARIZAREM COM O CRISTIANISMO – ASPECTOS RELIGIOSOS DA FESTA DO ROSÁRIO – PONTÕES – PROCISSÕES – PONTÕES QUE

ACOMPANHAM – PONTÕES ESTÃO À FRENTE – NOVENAS QUE SÃO PARTICIPADAS – VALORIZA A NOSSA CULTURA – FUSÃO DA CULTURA AFRICANA COM A PORTUGUESA – EU ME IDENTIFICO SIM – EU GOSTARIA DE PARTICIPAR – É COMO SE FOSSE A QUESTÃO DA HEREDITARIEDADE – O JOVEM NÃO PARTICIPA PORQUE SÓ VÊ PESSOAS DE IDADE, ENTÃO GERA UM CERTO PRECONCEITO – ESSÊNCIAS – PRINCÍPIOS – PESSOAS IDOSAS – ESSÊNCIA – FUNDAMENTO – VALORIZAÇÃO – GRUPO “FOCRÓRICO” – VALORIZAÇÃO NA SOCIEDADE – ORIGEM – ESSÊNCIA – PRINCÍPIOS – PESSOAS IDOSAS – ESSÊNCIA – FUNDAMENTOS - AUTO-ESTIMA E INTERESSE EM PARTICIPAR DESSE TIPO DE CULTURA (AFRO-BRASILEIRA) - EXPOR SEUS SENTIMENTOS “PROS” OUTROS E ESSAS DANÇAS (PONTÕES) ESTÃO EXPONDO A REVOLTA DELES, “TAVAM EXPONDO A ESPERANÇA DE UM MUNDO NOVO, ESPERANÇA DE RENOVAR, ACABAR COM O PRECONCEITO JÁ EXISTENTE, MOSTRAR PRA SOCIEDADE QUE ELES ERAM CAPAZ” - ESSÊNCIA DA VERDADEIRA VALORIZAÇÃO.

No meta-texto acima encontramos a expressão *FESTA DO ROSÁRIO* duas vezes. As palavras *PRIMÓRDIO*, *HEREDITARIEDADE* - *PESSOAS DE IDADE* - *PESSOAS IDOSAS* — *FUNDAMENTO* – *PRINCÍPIOS* – *FUNDAMENTOS* – *VALORIZA A NOSSA CULTURA* - com **sete ocorrências** – guardam o significado comum de **coisas antigas, fundamentais e relacionadas ao passado, que compõem a memória e valores das pessoas idosas**. Considerando que foram os jovens de escolas públicas e supostamente de origem pobre que expressaram esses conteúdos, **pode-se deduzir que eles valorizam os aspectos tradicionais da festa**.

As palavras da sequência **CULTOS AFRICANOS – PONTÕES – PONTÕES** - *CULTURA (AFRO-BRASILEIRA)* - *DANÇAS (PONTÕES)* - *CULTURA* – *FUSÃO DA CULTURA AFRICANA COM A PORTUGUESA* aparecem **sete vezes**, o que evidencia a **importância da cultura afro-brasileira da festa na mentalidade dos jovens**. As unidades de sentido *HERESIA* – *ADENTRANDO NA IGREJA CATÓLICA* – *CRISTIANISMO* - *FAMILIARIZAREM COM O CRISTIANISMO* – remetem à questão da relação conflitiva que existe entre os cultos africanos e o cristianismo católico.

Essa dedução é reforçada pela seqüência de unidades de sentido: *AUTO-ESTIMA E INTERESSE EM PARTICIPAR DESSE TIPO DE CULTURA (AFRO-BRASILEIRA) - EXPOR SEUS SENTIMENTOS “PROS” OUTROS - ESSAS DANÇAS (PONTÕES) ESTÃO EXPONDO A REVOLTA DELES, TAVAM EXPONDO A ESPERANÇA DE UM MUNDO NOVO, ESPERANÇA DE RENOVAR, ACABAR COM O PRECONCEITO JÁ EXISTENTE, MOSTRAR PRA SOCIEDADE QUE ELES ERAM CAPAZ - ESSÊNCIA DA VERDADEIRA VALORIZAÇÃO.*

Note-se que a palavra-chave **ESSÊNCIA**, aparece cinco vezes e está no contexto para mostrar a importância da cultura religiosa negra que sofria **preconceito** por parte dos brancos a ponto de necessitar a licença especial das autoridades religiosas para a criação da Irmandade do Rosário (dos negros) e, junto com ela a Festa do Rosário. **Este preconceito se mantém até hoje, conforme foi explicitado nas falas referentes à** “esperança de um mundo novo, esperança de renovar, *acabar com o preconceito* já existente...”

A seguir, faremos à análise das falas da etapa da entrevista que se refere à **preparação da festa e conseqüente participação – ou não - no consumo para a ostentação** dos jovens de escola pública desta amostra. Vejamos as respostas destes jovens estudantes à seguinte pergunta: **Fale sobre a sua preparação para a festa do Rosário.**

Estudante do ensino médio de uma escola pública, negro, de origem humilde, 20 anos, reside na periferia e é ligado com a Irmandade do Rosário:

Minha preparação não tem exagero não, mas, todo ano eu compro nem que seja uma camisa. Mas, tem uma coisa, tem que tá muito bem passada. E minhas unhas bem limpas, porque eu ajudo a pegar os objetos (sagrados) que fica bem à vista do povo. Também corto o cabelo sempre.

Jovem de origem rural, que reside com uma tia e é estudante de uma escola pública, morena clara, 19 anos:

Minha preparação é pouca porque eu trabalho na festa, mas, não deixo de cortar o cabelo e tenho que comprar ao menos uma blusa. Mas, só vou

(trabalhar) *pintada, o rosto e as unhas, né. Estou pintando as unhas de vermelho, que é a última moda...*

Rapaz moreno de descendência negra, pobre e que mora na periferia:

Não é todo ano que compro roupa, mas, sempre compro roupa e sapato (social), embora a minha maior preocupação é com relação a preparar a parte⁷ religiosa em si, da festa. Não pode faltar nada relacionado à isso porque essa é minha obrigação na igreja.

Jovem da zona rural e estudante de uma escola pública, devota de Nossa Senhora do Rosário, morena clara, 21 anos:

Não tem uma preparação específica para a festa, não tenho que ir de roupa nova procuro a que (es)teja menos usada e visto. Mas, as vezes eu compro roupa nova e já fica para o Natal. Trabalho mais nesse período.

Rapaz moreno de origem humilde, que mora na periferia de Pombal:

Tenho que comprar pelo menos uma camiseta na Aki Modas (loja de roupas populares), também tenho que cortar o cabelo, senão...

Na técnica de análise de conteúdo das falas dos jovens pobres sobre as suas preparações para a Festa do Rosário temos as seguintes unidades de sentido:

“...TODO ANO EU COMPRO NEM QUE SEJA UMA CAMISA. MAS, TEM UMA COISA, TEM QUE TÁ MUITO BEM PASSADA”. E “MINHAS UNHAS BEM LIMPAS, PORQUE EU AJUDO A PEGAR OS OBJETOS (SAGRADOS) QUE FICA BEM À VISTA DO POVO. TAMBÉM CORTO O CABELO SEMPRE”.

“...MINHA PREPARAÇÃO É POUCA PORQUE EU TRABALHO NA FESTA, MAS, NÃO DEIXO DE CORTAR O CABELO E TENHO QUE COMPRAR

⁷ A parte religiosa da festa tem a preparação de lavar, polir e limpar os castiçais e outros objetos sagrados das celebrações da festa.

AO MENOS UMA BLUSA. MAS, SÓ VOU (TRABALHAR) PINTADA, O ROSTO E AS UNHAS, NÉ. ESTOU PINTANDO AS UNHAS DE VERMELHO, QUE É A ÚLTIMA MODA...”.

“...NÃO É TODO ANO QUE COMPRO ROUPA, MAS, SEMPRE COMPRO ROUPA E SAPATO (SOCIAL), EMBORA A MINHA MAIOR PREOCUPAÇÃO É COM RELAÇÃO A PREPARAR A PARTE RELIGIOSA EM SI, DA FESTA”.

“...NÃO TEM UMA PREPARAÇÃO ESPECÍFICA PARA A FESTA, NÃO TENHO QUE IR DE ROUPA NOVA, PROCURO A QUE (ES)TEJA MENOS USADA E VISTO. MAS, AS VEZES EU COMPRO ROUPA NOVA E JÁ FICA PARA O NATAL. TRABALHO MAIS NESSE PERÍODO”.

“...TENHO QUE COMPRAR PELO MENOS UMA CAMISETA NA AKI MODAS (LOJA DE ROUPAS POPULARES), TAMBÉM TENHO QUE CORTAR O CABELO, SENÃO...”.

Encontramos **cinco unidades de sentido** referentes ao fato de esses jovens declararem um **consumo reduzido e de baixo custo**. Nessas cinco declarações ficou evidente que a preparação da festa é mais relacionada a **práticas de corte de cabelo, limpeza e pintura das unhas e a sua ostentação máxima é a de roupas limpas e bem passadas como se as roupas fossem novas**.

Vejamos agora as formas de participação e de inserção dos jovens de escola pública na Festa do Rosário através das respostas à seguinte pergunta: **Como descreveria sua participação na festa, dia e noite?**

Estudante do ensino médio de uma escola pública, negro, de origem humilde, 20 anos, reside na periferia e é ligado com a Irmandade do Rosário:

Tanto vou para as novenas como para as barracas, eu e os padres.

Jovem de origem rural, que reside com uma tia e é estudante de uma escola pública, morena clara, 19 anos:

De dia eu durmo até tarde porque à noite eu trabalho, só indo dormir de madrugada. No sábado a gente tira direto, sabe? Até o domingo depois do

Rosário a gente trabalha, mas, no meio da semana às vezes eu vou para a novena. No mais, eu trabalho porque eu ganho um pouco mais por isso.

Rapaz de descendência negra, pobre e que mora na periferia:

De dia eu providencio todo o material litúrgico e o que vai faltando, vou resolvendo todos os imprevistos, dificilmente participo durante o dia, só uma vez fui ao Encontro. De noite, após a novena, vou para o parque e me divirto, só bebo mais coquetel (mistura alcoólica mais fraca) e refrigerante.

Jovem da zona rural e estudante de uma escola pública, devota de Nossa Senhora do Rosário, morena clara, catequista, 21 anos:

De dia, no sábado à tarde, vou à feira⁸ ver o povo conhecido e observar o movimento. À noite só dou uma volta no parque, não tem esse negócio de amanhecer o dia não.

Rapaz moreno de origem humilde, que mora na periferia de Pombal:

*De dia eu trabalho entregando feira em um mercadinho, é o período em que **mais trabalho**, parece que todo mundo deixa para fazer a feira na festa do Rosário (falou com raiva). De noite, **depois da novena**, vou pras barracas tomar cerveja com os meninos, é bom... Mas, se for uma banda boa vou para a festa na AABB. Mas, **não é sempre que eu vou não, os caba⁹ cobra caro.***

Nessas falas nota-se que todos os jovens pobres da escola pública participam da festa através do trabalho, pois o evento lhes oferece uma oportunidade de uma renda extra. Dois deles são vinculados à Igreja N. Sra. Do Rosário, por isso têm atribuições importantes nesses dias. Essa forma de participação, na análise de conteúdo, ficou expressa em **oito unidades de sentido** com significados correlacionados ao trabalho: **EU TRABALHO - A**

⁸ A feira livre do sábado da Festa do Rosário é melhor e mais diversificada, ou seja, é mais um evento desta festa, porque é mais um ponto de encontro da mesma.

⁹ "Caba" é uma corruptela de cabra, que significa rapaz, homem.

GENTE TRABALHA - EU TRABALHO - EU PROVIDENCIO - EU TRABALHO - MAIS TRABALHO - VOU RESOLVENDO TODOS OS IMPREVISTOS - EU GANHO UM POUCO MAIS POR ISSO.

Devido à essa forma de participação percebe-se que as demais inserções ou são relacionadas aos rituais religiosos – três vezes - ou à diversão, embora que essa última forma seja visivelmente arrefecida. De acordo com essas falas isso ocorre tanto por causa do trabalho como pelo custo desse lazer, como se pode notar pelas seguintes unidades de sentido: **VOU PARA AS NOVENAS - EU VOU PARA A NOVENA - DIFICILMENTE PARTICIPO - APÓS A NOVENA, VOU PARA O PARQUE - SÓ UMA VEZ FUI AO “ENCONTRO” - SÓ BEBO MAIS COQUETEL (MISTURA ALCOÓLICA MAIS FRACA E BARATA) E REFRIGERANTE - NÃO É SEMPRE QUE EU VOU NÃO, OS CABA COBRA CARO.** Em suma, os jovens da escola pública têm uma inserção na festa através do trabalho e na parte dos rituais religiosos da festa.

Nessa entrevista fizemos também a seguinte pergunta: **Quais os espaços que mais lhe atrai nesta festa?** As respostas vêm a seguir:

Estudante do ensino médio de uma escola pública, negro, de origem humilde, 20 anos, reside na periferia e é ligado com a Irmandade do Rosário:

A barraca da igreja acho muito bom, tem com quem conversar, mas, às vezes, vou ao baile, festa dançante (rindo).

Jovem de origem rural, que reside com uma tia e é estudante de uma escola pública, morena clara, 19 anos:

Me atrai as festas das bandas, o meio da rua não me atrai mais não, não ligo não, às vezes vou olhar as encenações dos neguinhos (Pontões) nos dias da semana em que às vezes vou às novenas. (Atitude calma) (Esta moça confidenciou, fora das gravações, que está noiva e não tem mais interesse em ficar na rua durante a festa).

Rapaz de descendência negra, pobre e que mora na periferia:

Uma coisa que sempre admiro é o Encontro, que se dá no sábado,

porque une os que vêm de fora com os daqui. Isso me atrai, acho bonito.

Jovem da zona rural e estudante de uma escola pública, devota de Nossa Senhora do Rosário, morena clara, catequista, 21 anos:

Pra mim a maior atração é o Bar Centenário, as músicas ao vivo. Festas com banda nunca vou neste período.

Rapaz moreno de origem humilde, que mora na periferia de Pombal.

O que mais me atrai são as festas, se as bandas forem boas, ou beber nas barracas, como disse.

O conteúdo das unidades de sentido acima citadas foram confirmadas por mais estas, que se referem às atrações que lhes chamam a atenção neste evento. Observemos o seguinte meta-texto: “... A BARRACA DA IGREJA ACHO MUITO BOM, TEM COM QUEM CONVERSAR - ME ATRAI AS FESTAS DAS BANDAS, O MEIO DA RUA NÃO ME ATRAI MAIS NÃO, NÃO LIGO NÃO, ÀS VEZES VOU OLHAR AS ENCENAÇÕES DOS NEGUINHOS (PONTÕES) NOS DIAS DA SEMANA EM QUE ÀS VEZES VOU ÀS NOVENAS.- FESTAS COM BANDA NUNCA VOU NESTE PERÍODO. Percebe-se que a participação dos jovens de escolas públicas na festa é mais reduzido no sentido de consumo das atrações oferecidas, quais sejam, a barraca da igreja, a apresentação dos Pontões e as novenas.

Sobre o consumo e ostentação na festa do Rosário fizemos a seguinte pergunta aos alunos da escola pública: **Quais os objetos mais consumidos e exibidos em público na festa do Rosário, fora as roupas?** Obtivemos as respostas que se seguem:

Estudante do ensino médio de uma escola pública, negro, de origem humilde, 20 anos, reside na periferia e é ligado com a Irmandade do Rosário:

Acho que o tal do celular não tem pareia (parelha, não tem par, não tem igual), acho que é o que mais se rouba. Eu vi até bêbado que não tinha celular se fazendo que estava falando (alto) com alguém, só com a mão no ouvido... (Disse o entrevistado rindo).

Jovem de origem rural, que reside com uma tia e é estudante de uma escola pública, morena clara, 19 anos:

*As mulheres exibem mais roupa em primeiro lugar. Mas, se mostram também com **câmera digital**. Esse ano não tinha quem agüentasse ver a **besteira** (do consumo), **tiravam foto de tudo, até da pizza que vinha a mesa**.*

Rapaz de descendência negra, pobre e que mora na periferia:

*No meu ponto de vista, roupa ainda ganha (entre os mais exibidos), mas, neste ano deu muita **máquina digital, celular, som de carro** (dos paredões), deu muito também **MP3, MP4 e MP5** (aparelho de som com fone de ouvido).*

Jovem da zona rural e estudante de uma escola pública, devota de Nossa Senhora do Rosário, morena clara, catequista, 21 anos:

*Acho que hoje em dia o mais exibido é, sem dúvida, o **celular**. Compram roupa também, mas, exibem mais o **celular**, porque já tem gente que vai até de (sandália) havaiana e short, logo cedo para o Bar Centenário, mas, o **celular é sempre mostrado**.*

Rapaz moreno de origem humilde, que mora na periferia de Pombal:

Os ‘fii’ de rico” gostam de se mostrar, compram tudo novo, roupa, tênis, até carro, pra pegá as meninas e se mostrar com o som e correndo tudo bêbo (bêbado), feito besta.

Em termos de análise de conteúdo a ostentação do consumo, de acordo com as representações dos jovens pobres de escola pública temos a seguinte lista de unidades de sentido:

- ✓ “...ACHO QUE O TAL DO CELULAR NÃO TEM “PAREIA”;
- ✓ “...EU VI ATÉ BÊBADO QUE NÃO TINHA CELULAR SE FAZENDO [encenação] QUE ESTAVA FALANDO [em um celular] ALTO COM ALGUÉM”;

- ✓ “...AS MULHERES EXIBEM MAIS ROUPA EM PRIMEIRO LUGAR”;
- ✓ CÂMERA DIGITAL - **CÂMERA DIGITAL**. “...ESSE ANO NÃO TINHA QUEM AGÜENTASSE VER A **BESTEIRA** (DO CONSUMO DE OSTENTAÇÃO), **TIRAVAM FOTO DE TUDO, ATÉ DA PIZZA QUE VINHA À MESA**.”
- ✓ **ROUPA AINDA GANHA** (dos outros itens);
- ✓ **ROUPA EM PRIMEIRO LUGAR**;
- ✓ **MÁQUINA DIGITAL**;
- ✓ **CELULAR**;
- ✓ **SOM DE CARRO** (DOS PAREDÕES);
- ✓ MP3, MP4 E MP5 (gravadores que gravam e reproduzem música);
- ✓ CELULAR;
- ✓ ROUPA;
- ✓ CELULAR;
- ✓ O CELULAR É SEMPRE MOSTRADO.
- ✓ OS ‘FÍ’ DE RICO” GOSTAM DE SE MOSTRAR, COMPRAM TUDO NOVO, **ROUPA, TÊNIS, ATÉ CARRO**, PRA PEGÁ AS MENINAS E SE MOSTRAR COM O SOM E CORRENDO TUDO **BÊBO** (BÊBADO), **FEITO BESTA**.

Como se pode ver, na lista acima o **celular** foi citado **seis vezes**, **roupa** (que inclui o tênis) teve **seis menções**, a **máquina** ou **câmera digital** foi citada **duas vezes**, o som – que se refere à aparelhagem sonora instalada nos carros – foi mencionada **duas vezes**. Vale ressaltar que esta aparelhagem serve para fazer o que eles chamam de “paredões”, ou seja, a exibição do som no mais alto volume suportável, para demonstrar que o proprietário desse carro tem posses para investir nesse tipo de equipamento, o que é uma prática muito freqüente na Paraíba. A ostentação do carro e os aparelhos de MP3, MP4 e MP5 foram citados **uma vez cada um**.

Note-se a ênfase na exibição dos objetos de consumo de custo mais alto como as câmeras digitais que têm funções múltiplas, e estes aparelhos requerem o uso de computadores de alta definição, o que deixa implícito o seu consumo neste contexto. Vale ressaltar aqui a importância do comportamento consumista ostentatório, referido por Canclini (1995) como *distintivo*. No entanto, não se menciona o consumo de objetos de natureza intelectual, mas, que não são exibíveis, como computadores, livros, filmes, e outros, que poderiam evidenciar a cultura e conhecimento.

Vejamos a última pergunta e respectivas respostas deste bloco dos alunos da escola pública: **Fale sobre o seu sonho de consumo:**

Estudante do ensino médio de uma escola pública, negro, de origem humilde, 20 anos, reside na periferia e é ligado com a Irmandade do Rosário:

*Moro longe, por isso, se eu tivesse com que (dinheiro), **eu comprava uma moto e não queria mais nada.***

Jovem de origem rural, que reside com uma tia e é estudante de uma escola pública, morena clara, 19 anos:

Se eu tivesse dinheiro, estudaria numa escola particular e compraria uma biz (moto pequena).

Rapaz moreno, de descendência negra, pobre e que mora na periferia:

Se eu possuísse condições, eu, com certeza, compraria um transporte por necessidade, principalmente na festa, uma moto ou um carro, porque eu pego emprestado nesta época.

Jovem da zona rural e estudante de uma escola pública, devota de Nossa Senhora do Rosário, morena clara, 21 anos:

Se eu tivesse dinheiro à vontade eu pagaria comida e bebida para todas as pessoas pobres que perambulam na festa...

Rapaz moreno de origem humilde, que mora na periferia de

Pombal:

*Se eu tivesse dinheiro eu comprava uma Hilux [carro importado], só pra acabá a **besteira** (exibição de consumo que o deixa humilhado) desses “cabinha”.*

Esses estudantes da escola pública têm sonhos de consumo, conforme detectamos em conversas informais com dois deles, e que foram registradas no diário de campo fora das gravações da entrevista, que podem ser confirmadas nas falas da entrevista.

Estudante do ensino médio de uma escola pública, negro, de origem humilde, 20 anos, reside na periferia e é ligado com a Irmandade do Rosário:

*Se pudesse, teria roupas melhores que as que eu tenho para ir para essa festa. Mas, não sinto tanta necessidade de ter celular, mas, se pudesse teria roupas iguais as de muita gente, só que como é muito cara eu não posso comprar essas coisas que eu tenho vontade de ter. **Admiro sem sofrer**, mas, **o celular vou ter que comprar, é o jeito**. O meu maior sonho de consumo é uma moto, mas, isso eu só vou poder comprar depois de me formar e ter um bom emprego.*

Jovem estudante de uma escola pública, alva, de cabelos castanhos, oriunda da zona rural, que mora com parentes em Pombal, 18 anos:

Eu não ligo muito para roupas caras, eu compro roupas numa loja de roupas mais baratas, populares, mas, eu fico com muita vontade de estudar num colégio particular e de ter um emprego de categoria para ganhar bem e poder comprar tudo o que eu quiser.

Na análise de conteúdo sobre os sonhos de consumo dos alunos da escola pública apresentadas abaixo, grafadas em itálico e maiúsculas, encontramos a referência às seguintes unidades de sentido:

“... SE EU TIVESSE COM QUE (1), EU COMPRAVA UMA MOTO (1) E NÃO QUERIA MAIS NADA”.

“...SE EU TIVESSE DINHEIRO (2), ESTUDARIA NUMA ESCOLA PARTICULAR (1) E COMPRARIA UMA BIZ (MOTO (2) PEQUENA)”.

“...SE EU POSSUÍSSE CONDIÇÕES (3) EU, COM CERTEZA, COMPRARIA UM TRANSPORTE POR NECESSIDADE, PRINCIPALMENTE NA FESTA, UMA MOTO (3) OU UM CARRO (1), PORQUE EU PEGO EMPRESTADO NESTA ÉPOCA”.

...SE EU TIVESSE DINHEIRO (4) À VONTADE EU PAGARIA COMIDA E BEBIDA PARA TODAS AS PESSOAS POBRES QUE PERAMBULAM NA FESTA...

“...SE EU TIVESSE DINHEIRO (5) EU COMPRAVA UMA HILUX [CARRO (2) IMPORTADO], SÓ PRA ACABÁ A BESTEIRA (EXIBIÇÃO DE CONSUMO QUE O DEIXA HUMILHADO) DESSES “CABINHA”.

...SE PUDESSE (6), TERIA ROUPAS (1) MELHORES QUE AS QUE EU TENHO PARA IR PARA ESSA FESTA.

...SE PUDESSE (7) TERIA ROUPAS (2) IGUAIS AS DE MUITA GENTE,

...ADMIRO SEM SOFRER, MAS, O CELULAR (1) VOU TER QUE COMPRAR, É O JEITO.

...O MEU MAIOR SONHO DE CONSUMO É UMA MOTO (4), MAS, ISSO EU SÓ VOU PODER COMPRAR DEPOIS DE ME FORMAR E TER UM BOM EMPREGO (1).

...EU FICO COM MUITA VONTADE DE ESTUDAR NUM COLÉGIO PARTICULAR (2) E DE TER UM EMPREGO DE CATEGORIA (2) PARA GANHAR BEM E PODER COMPRAR TUDO O QUE EU QUISER.

A lista dos *sonhos de consumo* dos jovens estudantes da escola pública, que são oriundos de famílias de baixa renda, tem as seguintes expressões-chave que serão apresentadas em ordem decrescente de citações:

- ✓ SE EU TIVESSE DINHEIRO ou SE EU PUDESSE e expressões assemelhadas que têm o mesmo sentido, tiveram **7 CITAÇÕES**;

- ✓ TER UMA MOTO – 4 CITAÇÕES;
- ✓ ESTUDAR EM ESCOLA PARTICULAR – 2 CITAÇÕES;
- ✓ TER UM BOM EMPREGO (ou ter emprego de categoria) – 2 CITAÇÕES;
- ✓ ROUPAS – 2 CITAÇÕES;
- ✓ CARRO - 2 CITAÇÕES;
- ✓ Itens citados apenas **uma vez**, mas, acompanhada de declarações significativas: HILUX (“PARA ACABAR COM A “BESTEIRA”) – “PAGAR COMIDA E BEBIDA PARA OS POBRES NA FESTA” - CELULAR

O sonho de consumo mais citado – **TER DINHEIRO** – apareceu como a CONDIÇÃO PARA A REALIZAÇÃO DOS SONHOS DE CONSUMO. Para alcançarem a posse das condições de renda esses alunos **PRECISAM ESTUDAR EM ESCOLAS PARTICULARES PARA PODEREM TER BONS EMPREGOS**, ou seja, boa renda para realizarem seus sonhos de consumo. Percebe-se que há determinados itens que exercem maior atração de consumo do que outros, como é o caso da **MOTO**, que na época da pesquisa de campo era considerada “acessível”. Poder comprar ROUPAS e CARRO, inclusive o importado foi considerado como itens importantes. Quanto ao celular, que foi muito citado em outro bloco de respostas, notamos que ele não apareceu aqui pelo fato de apenas um entrevistado não o possuir, justamente aquele que anunciou que “teria que comprar um”.

Os itens que apareceram apenas uma vez se configuram como produtos de “alto custo” - e por isso mesmo são idealizados como símbolos da posição de “rico” que é atribuída a seus proprietários. Ficou evidente que, em termos dos critérios de renda e consumo, esses jovens vislumbram a possibilidades de serem “ricos” futuramente, mas, **se** e somente **se** tiverem estudo, emprego e renda para poderem adquirir esses produtos.

Em outras palavras, eles participam da cultura de ostentação da “elite” de Pombal embora não sejam pertencentes às famílias consideradas “ricas” deste universo, o que se comprova com o desejo de oferecer comida e bebida “para os

pobres que perambulam pela rua neste período de festa”. Essa atitude é de ostentação dos “ricos” porque essa categoria age assim com frequência, especialmente na época das campanhas eleitorais.

O que mais se destaca entre os alunos da escola pública que foram entrevistados para esta pesquisa é, em primeiro lugar, o fato de eles trabalharem na festa, e, por isso, não poderem usufruir totalmente dela por estarem envolvidos nessas atividades, o que os diferencia dos jovens oriundos de famílias “ricas” de acordo com as suas representações simbólicas.

Essa pressão consumista acaba criando então um novo tipo de exclusão, não a econômica propriamente dita, mas a do consumo, pois, causa a sensação de revolta velada pelo fato de esses consumidores virtuais dos símbolos de poder aquisitivo (BAUDRILLARD, 2000) não “terem renda” para satisfazer seus desejos. É tanto que, quando estes jovens se vêem excluídos do consumo de determinados produtos, os quais são considerados como simbolicamente importantes, eles os classificam como “besteira”.

Dentro deste contexto da Festa do Rosário de Pombal, a chamada *besteira* significa tanto a supervalorização do produto em questão, quanto a exibição dos elementos simbólicos que acompanham o portador destes objetos. É como o que um dos entrevistados jovens de escola pública expressou com relação aos consumidores de objetos “caros”, que foram classificados como “fii (filhos)” de rico, o que se configura como uma importante unidade de sentido na análise de conteúdo dessa expressão.

O referido sentido está colocado na oposição que o jovem sente em relação aos que são provenientes de famílias que, na representação deles é “rica”. O mesmo jovem indicou que: “*Se eu tivesse dinheiro eu comprava uma Hilux, só pra acabá a besteira desses cabinha*”. A palavra “besteira” é chave neste contexto porque caracteriza a mágoa do jovem pela exclusão do consumo, que só poderia ser resolvida com a “equiparação” dele com os “ricos” através da aquisição de um objeto de alto custo como um carro importado, ou seja, para ele se tornasse “superior” aos demais jovens ostentadores.

Esta representação é explicada por Debord (1997, p. 18, grifos nossos):

A primeira fase da dominação da economia sobre a vida social acarretou, no modo de definir toda a realização humana, uma evidente degradação **do ser para o ter**. A fase atual, em que a vida social está totalmente tomada pelos resultados acumulados da economia, leva a um deslizamento generalizado do **ter para o parecer**, do qual todo 'ter' efetivo deve extrair seu prestígio imediato e sua função última. Ao mesmo tempo toda a realidade individual tornou-se social, diretamente dependente da força social moldada por ela. **Só lhe é permitido aparecer naquilo que ela não é.**

O mais importante da contribuição deste autor é a sua análise da força da cultura consumista que gera a dependência com relação à **aparência do ser que é convertido no ter**, e o quanto o **parecer ter** é uma atitude vazia, ou seja, **não é**. Tudo isso gera as compulsões do consumo e a imputação do mesmo como compensação das faltas, frustrações e ausências, especialmente daqueles que se sentem excluídos da malha consumista.

Baudrillard (2000, p. 211) esclarece:

Os objetos-signo, na sua idealidade equivalem-se e podem se multiplicar ao infinito: devem fazê-lo para preencher a todo o instante uma realidade ausente. Finalmente é porque se funda sobre uma ausência que o consumo vem a ser irremediável.

Esse fenômeno é comprovável, pelo menos em termos de desejo. Entre os jovens da escola pública todos esses elementos simbólicos se tornaram visíveis quando se trata dos entrevistados que são descendentes de negros e ligados com a Irmandade do Rosário. Coincidentemente, são os de origem humilde, que residem na periferia ou na zona rural, e que precisam dos trabalhos que fazem no decorrer da Festa do Rosário. Ficou claro que a exibição dos objetos de consumo mais valorizados suscitam até a ação dos ladrões, que saem roubando celulares e aparelhos eletrônicos, que ficam à mostra justamente para confirmarem a prática do **parecer ter**.

A ostentação consumista não é uma prática nova nem é localizada apenas em Pombal. Needel (1987) menciona este fenômeno no Brasil desde o século XIX, especialmente na Rua do Ouvidor, no Rio de Janeiro, onde as pessoas da elite faziam seus passeios usando as roupas e acessórios que eram

considerados como os mais finos e luxuosos das modas européias, mesmo que essas roupas fossem desconfortáveis. Esse é o mesmo fetiche consumista que foi incorporado pelos participantes que se dizem “ricos” da Festa do Rosário de Pombal/PB, como veremos a seguir.

Nas entrevistas com **os jovens do segmento socioeconômico que possuem maior poder aquisitivo e que estudam na rede particular de Pombal**, eles se apresentaram como mais desligados da cultura popular tradicional. Vejamos as respostas da seguinte pergunta:

Os Pontões, Congos e Reisados fazem parte da Festa do Rosário. Vocês gostariam de participar dessa parte da festa?

Rapaz de cor clara, 19 anos, da classe média, possui carro e outros bens de consumo, mantém a aparência de consumista:

- Não!! Eu da minha parte não, eu não, isso não se enquadra no meu perfil.

Jovem, alva, cabelos lisos, 18 anos, de família “importante” de classe média, estudante, e que aprecia a cultura popular de Pombal (prefere comprar roupas e acessórios para a festa na última hora para adquirir os últimos e raros lançamentos, e gosta de manter as aparências de pessoas que têm posses):

- Tem gente que faz promessas pra virarem a noite e de manhã amanhecer o dia dançando com “eles” (os Pontões).

Jovem, loura, 18 anos, cabelos lisos, seguidora do padrão de consumo atual, considera-se como pertencente à “classe alta”:

- Tem até gente que vem pra festa à noite bem elegante e bem vestida, e na procissão, no outro dia está de promessa e vai com uma coroa de espinho na cabeça. Acho que essas pessoas valorizam o lado cultural da fé né?

Rapaz de cor clara, 19 anos, da classe média, possui carro e outros bens de consumo, mantém a aparência de consumista:

- Talvez pra mim isso não seja de muita identificação porque apesar de meus pais terem raízes aqui eu nasci em São Paulo.

Note-se que, em termos de análise de conteúdo, houve a preocupação dos jovens em evidenciar o quanto eles **estão distantes da cultura popular tradicional da festa**, o que se evidenciou no seguinte meta-texto:

“...ISSO NÃO SE ENQUADRA NO MEU PERFIL”.

“TEM GENTE QUE FAZ PROMESSAS PRA VIRAREM A NOITE E DE MANHÃ AMANHECER O DIA DANÇANDO COM “ELES” (OS PONTÕES)”.

“- TEM ATÉ GENTE QUE VEM PRA FESTA À NOITE BEM ELEGANTE E BEM VESTIDA, E NA PROCISSÃO, NO OUTRO DIA ESTÁ DE PROMESSA E VAI COM UMA COROA DE ESPINHO NA CABEÇA. ACHO QUE ESSAS PESSOAS VALORIZAM O LADO CULTURAL DA FÉ NÉ?”

“- TALVEZ PRA MIM ISSO NÃO SEJA DE MUITA IDENTIFICAÇÃO PORQUE APESAR DE MEUS PAIS TEREM RAÍZES AQUI EU NASCI EM SÃO PAULO”.

Encontramos aqui duas citações da expressão “tem gente que”, as quais podem ser interpretadas como uma referência à *outras* pessoas, que se distinguem das que falam – as entrevistadas –, mas que, mesmo assim elas apresentam a cultura tradicional como algo que deve ter importância. Ou seja, é uma valorização indireta e impessoal desta parte folclórica da festa.

É nesse sentido indireto que elas mencionam a importância dos Pontões e da participação religiosa de ir para a procissão com coroa de espinhos, como cumprimento de promessas, o que denota a valorização *forçada* e como um sacrifício voluntário e excepcional. Na última unidade de sentido, a do jovem que citou o fato de ter nascido em São Paulo serviu para reproduzir a desvalorização corrente da cultura popular tradicional da festa do Rosário de Pombal.

Nesse primeiro bloco de respostas dos alunos da escola particular nota-se que estes colaboradores estão embebidos na mentalidade de destaque pelo consumo e aparência. É importante ter uma imagem de descendência nobre, de cor clara, e de pertencer a categorias de pessoas que têm poder aquisitivo

para manter o consumo de produtos de grifes exclusivas, que denotam as posses dos seus usuários.

Ter cabelos lisos, especialmente para as mulheres, é uma categorização cujo significado transparece a pertença a um grupo social que se distingue dos populares pobres e negros. As que eventualmente têm cabelos mais encaracolados e querem se diferenciar dos populares, procuram mostrar que têm condições financeiras para freqüentarem cabeleireiros e usarem produtos dispendiosos para alisar os cabelos. Essa é uma comprovação do conceito de consumo distintivo de Canclini (1995) e Needel (1987).

A pertença e o cultivo da aparência também são explicados por Gottschall (1999, p. 32):

Para o indivíduo, a aquisição de uma imagem vem tendo significado cada vez mais importante. Em geral, essa imagem é cambiante, assumindo diferentes conotações de acordo com os códigos dos grupos, que são definidos segundo uma 'ética específica e no quadro de uma rede de comunicação' (MAFFESOLI, 1998, *apud* GOTTSCHALL, op. cit.). Agindo no sentido de despertar no 'personagem' o sentimento de pertencimento, a imagem social pode ser rica em significados: 'auto-apresentação no mercado de trabalho; identidade individual, status social, auto-realização, significado de vida' ou, mesmo, de **inserção social**, como ocorre nas cidades do Terceiro Mundo.

O desejo dos indivíduos, independentemente de sexo, raça ou posição social, vem sendo mesclado pelo **conjunto simbólico de signos-mercadorias**. Entretanto, o despertar desse anseio, assim como a 'felicidade', concretizada pela 'posse' de um objeto, têm significados particulares. Traços da personalidade individual, contexto cultural (regional e local), condição socioeconômica, valor de uso da mercadoria e eficiência no uso das mensagens publicitárias são fatores que podem influenciar na escolha de um produto ou na definição de seu valor simbólico para o cidadão, que, cada vez mais, é tratado pelos gestores públicos e privados como consumidor (no sentido massificante do termo) (Grifos nossos).

Esta citação confirma o que se vê em Pombal, de acordo com as observações da pesquisadora e autora deste trabalho. A notoriedade das pessoas se prende à imagem, que por sua vez é herdada do universo da valorização da visibilidade e do *status* que envolve tanto as "tradicionais famílias de posses",

quanto os “novos ricos” e as que têm baixo poder aquisitivo. É o que impulsiona as pessoas a se endividarem para cultivarem a aparência de consumidores que têm posses. Baudrillard (2000) lembra que os consumidores são estimulados a adquirir até os objetos de preços altos pelas facilidades de compras, com crediários, prestações a perder de vista e as diversas modalidades de crédito que se tornam acessíveis a todos.

A seguir apresentaremos as respostas da segunda pergunta da entrevista feita com os alunos da escola particular: **Se formassem grupos representativos dessas danças nesse período vocês dançariam?**

Jovem, alva, cabelos lisos, de família “importante” de classe média, estudante, e que aprecia a cultura popular de Pombal:

- Eu iria!!! Eu acho bonito e meu avô sempre disse que era importante.

Jovem, loura, cabelos lisos, seguidora do padrão de consumo atual, considera-se como pertencente à “classe alta”:

- Acho bonito pra eles, mas, não iria.

Rapaz de cor clara, dezenove anos, da classe média, possui carro e outros bens de consumo e gosta de manter as aparências ditadas pela categoria de pessoas que têm posses:

- Não iria (resposta enfática reforçando seu ponto de vista anterior).

O conteúdo da tela acima confirma a análise anterior que já apresentamos: das três respostas sobre a possível participação dos jovens de escola particular em grupos de danças da cultura popular tradicional de Pombal, duas mencionaram recusas enfáticas e uma citou a valorização da mesma por causa da opinião positiva emitida por seu avô. Em outras palavras, essa jovem usou a conjugação condicional do verbo afirmando que participaria das danças não por sua própria opinião e para respeitar a do líder familiar.

Os outros dois demonstraram uma visível rejeição a participarem desses eventos, embora a segunda moça tenha reconhecido a sua beleza e

importância. Ficou clara a distinção entre **nós** – componentes das elites de Pombal – e **eles** – os pertencentes à camada social de baixo poder aquisitivo.

Estas respostas nos permitiram observar que a preocupação com a difusão e preservação da cultura popular sofre a subtração de valores de uma turma de entrevistados para outra, embora não haja nisso um fator de divergência e sim de diferença de opiniões. Alguns, inclusive, não expressaram palavras que significassem o desejo de preservação desta cultura popular, o que é contrastante com a visão dos alunos entrevistados da escola pública, que declararam a cultura popular da Festa do Rosário como importante e que não teriam problema de participarem destas danças.

Vejamos suas respostas à seguinte pergunta: **Falem sobre a preparação de vocês para a Festa do Rosário.**

Jovem, alva, cabelos lisos, de família “importante” de classe média, estudante, e que aprecia a cultura popular de Pombal:

*- Quando antecede uma semana da festa, **todos os amigos começam a se manifestar chamando todos para praça, começa com a preparação de roupas e acessórios. Eu começo logo arrumando o meu quarto porque trago todas as minhas primas para virem comemorar essa data especial da cidade, para virem festejar e se hospedam na minha casa. Compramos bebidas e saímos para casa dos amigos, compramos roupas...** Às vezes a gente sai e elas nem compram roupas lá, vem comprar aqui pra ficar um “negócio” mais local, mais o que tá usando na região. Minhas primas nunca compraram as roupas lá [onde moram] elas trazem o dinheiro pra comprarem aqui em Pombal (diz eufórica).*

Rapaz de cor clara, dezenove anos, da classe média, possui carro e outros bens de consumo e gosta de manter as aparências ditadas pela categoria de pessoas que têm posses:

*- Geralmente meus primos de “fora” vêm né? **Passamos os dias bebendo com o som do carro ligado, que eu antes procuro arrumar. Porque há uma grande disputa, um poder da aparência, tem que estar bem vestido e precisa mostrar que o carro tem um som potente** [e caro].*

Jovem, loura, cabelos lisos, seguidora do padrão de consumo atual, considera-se como pertencente à “classe alta”:

- Nesse período a atração é a preparação da festa como as compras de roupas, som, bebidas, etc. Durante os dias da festa costuma-se chamar o pessoal para bares, praças onde vão beber com som... Eles bebem socialmente, a gente acompanha “eles” [amigos ou namorados].

Nessas respostas encontramos **três citações** da preparação da festa como sinônimo de **consumo de roupas e de estarem bem vestidos**, no sentido de uma **elegância para a ostentação**. Houve também **três citações de compra e consumo de bebidas** e duas citações relacionadas à hospedagem de **parentes que vêm de fora para as festas**. Em uma dessas menções houve uma citação das “primas” que vêm para Pombal para comprar roupas na cidade para **ostentarem o consumo massificado da moda que estava sendo valorizada nesse contexto festivo**.

Também se nota **duas citações** do preparo do **som dos carros**. Isso significa a ostentação dos aparelhos sonoros potentes com os quais os jovens participam dos já citados *paredões*, nos quais eles serão considerados tão mais caros quanto mais altos forem os sons produzidos por esses equipamentos. O som alto é um importante meio de auto-afirmação dos jovens do sexo masculino desta cidade. Esta é a importância do **poder da aparência** que foi citado por um dos jovens.

Essa preparação já faz parte do ritual da festa desde há muito tempo atrás. Segundo a memória da pesquisadora, antes, todos de uma família poderiam ir com roupa igual em cor, modelo e tecido, tanto para os rapazes como para as moças, para demarcar os grupos familiares, e para isso se adquiria os tecidos em peças de dezenas de metros. Hoje todos vão com roupas diferentes e de destaque, imposta pelo mundo da moda atual. Há inclusive um clima de concorrência para ver quais grupos de jovens mais se destacam na exposição de objetos e aparatos, cujo sentido é o de alcançarem *status* e visibilidade, como se as comemorações da festa do Rosário se tornassem um amplo palco de exibições.

Esse comportamento de exibicionismo é o ponto mais importante desse trabalho, pois, mostra o fenômeno do consumo *conspícuo* tal como foi definido por Veblen (1953, *apud* GOTTSCHALL, 1999, p. 32): "[...]o consumo conspícuo – aquele que dá visibilidade ao sujeito, que lhe confere *status* social – está na essência do desejo de consumir". É o que no sertão paraibano, onde se localiza Pombal, chama-se popularmente de “se mostrar”, que é típico dos jovens do mundo todo, mas, que nesta cidade foi incorporada à festa do Rosário. É nesse sentido que o consumo serve para pensar, como afirmam Douglas e Isherwood (2006).

Veremos, a seguir, as respostas de quatro jovens da escola particular para essa pergunta: **Como descreveriam a participação de vocês na festa dia e noite?**

Jovem, loura, cabelos lisos, seguidora do padrão de consumo atual, considera-se como pertencente à “classe alta”:

- *Como vem muita gente pra nossas casas, de dia, a gente já sai tarde se preparando, saindo, vendo o movimento como está na rua. À noite é o seguinte, todo mundo sai, já se apronta pra sair, os bares ficam lotados, à tarde já começa a “animação” (risos), não pára não! São nove dias de festa, mas, os três últimos não pára não nem de dia nem à noite, é gente no rio, nas praças, nos clubes, nas casas... é gente por todos os cantos.*

Jovem, alva, cabelos lisos, 18 anos, de família “importante” de classe média, estudante, e que aprecia a cultura popular de Pombal:

- *Lá em casa a gente não dorme durante a Festa do Rosário, é de manhã, de tarde e de noite, os familiares vão pro (Clube) campestre durante o dia pra um lazer em família, de tarde a gente saí com os amigos pra olhar o movimento nos bares **e ver as roupas das pessoas** e o que tá rolando pra quando dar de “noitezinha” você voltar pra casa se arrumar e ter toda aquela expectativa de assistir a missa e ir “curtir” a Festa do Rosário. **(Fora da gravação esta moça comentou, em tom de descrição, que já participou da procissão do rosário com uma “roupa de chita” – ou seja, com roupas modestas de participantes pobres, para cumprir uma promessa, como***

qualquer outro devoto).

Rapaz de cor clara, 19 anos, da classe média, possui carro e outros bens de consumo e gosta de manter as aparências ditadas pela categoria de pessoas que têm posses:

No meu caso eu passo o dia com meus amigos, com meus primos, eu passo na AABB, fico lá tomando banho e a tarde a gente fica bebendo, pra variar um pouco e à noite a gente sai pra ver o movimento lá embaixo (centro da festa). Depois a gente fica bebendo, mas a gente bebe com moderação. Não bebe direto não. (Ele faz questão de se mostrar como pessoa importante na cidade).

Jovem, alva, cabelos lisos, 18 anos, de família “importante” de classe média, estudante, e que aprecia a cultura popular de Pombal:

- Uma coisa extraordinária que eu já vi na festa foi um desafio que umas meninas fizeram no Kamikase (um brinquedo do parque de diversões que sempre é montado em volta da praça na festa do Rosário) umas quatro meninas desafiaram os pais e passaram mal saíram quase desmaiadas pro hospital (risos).

Em termos de análise de conteúdo temos as seguintes unidades de sentido:

“...A GENTE JÁ SAI TARDE SE PREPARANDO (1), SAINDO, VENDO O MOVIMENTO (1) COMO ESTÁ NA RUA. À NOITE É O SEGUINTE, TODO MUNDO SAI, JÁ SE APRONTA (2) PRA SAIR, OS BARES FICAM LOTADOS...(1) É GENTE POR TODOS OS CANTOS (2)”

“...A GENTE SAÍ COM OS AMIGOS PRA OLHAR O MOVIMENTO (2) NOS BARES E VER AS ROUPAS DAS PESSOAS (3) E O QUE TÁ ROLANDO PRA QUANDO DAR DE “NOITEZINHA” VOCÊ VOLTAR PRA CASA SE ARRUMAR (4) E TER TODA AQUELA EXPECTATIVA...”

“...ESTA MOÇA COMENTOU, EM TOM DE DISCRICÃO [QUE SE OPÕE À OSTENTAÇÃO], QUE JÁ PARTICIPOU DA PROCISSÃO DO

ROSÁRIO (1) COM UMA “ROUPA DE CHITA” (2) – OU SEJA, ROUPAS MODESTAS DE PARTICIPANTES POBRES (3) -, PARA CUMPRIR UMA PROMESSA (4), COMO QUALQUER OUTRO DEVOTO (5)”.

*“...À NOITE A GENTE SAI PRA **VER O MOVIMENTO** (3) LÁ EMBAIXO [CENTRO DA FESTA]”.*

*“...- **UMA COISA EXTRAORDINÁRIA** QUE EU JÁ VI NA FESTA FOI UM DESAFIO QUE UMAS MENINAS FIZERAM NO KAMIKASE [UM BRINQUEDO DO PARQUE DE DIVERSÕES...]”*

As expressões-chaves **SE PREPARANDO**, **JÁ SE APRONTA**, **VER AS ROUPAS DAS PESSOAS**, **SE ARRUMAR** foram mencionadas **4 vezes** e são relacionadas ao ato dos jovens se vestirem para ostentarem suas roupas para outros participantes da festa. As expressões-chaves **VER O MOVIMENTO** ou **OLHAR O MOVIMENTO** foram citadas **3 vezes** e elas significam **o ato de ver e ser vista/o**, que se relaciona com a ostentação de consumo de roupas, aparelhos e o que quer que seus portadores estejam mostrando. Significa também avaliar e ser avaliado através dos objetos das pessoas que participam do movimento da festa onde o importante é o poder de consumo das mesmas. É por causa dessas exposições que os entrevistados citaram **2 vezes** a presença de **muita gente em todos os lugares da festa**.

Por outro lado encontramos uma das respostas que exprime o comportamento contrário ao da ostentação, quando uma das jovens da escola particular mencionou **5 vezes**, em tom de descrição, que se opõe à ostentação, as expressões-chaves **PARTICIPOU DA PROCISSÃO DO ROSÁRIO**, COM UMA **“ROUPA DE CHITA”**, o que significa, nas entrelinhas o uso de **ROUPAS MODESTAS DE PARTICIPANTES POBRES**, PARA **CUMPRIR UMA PROMESSA** COMO QUALQUER OUTRO DEVOTO. Pelos destaques acima se pode vislumbrar o meta-texto de **referência ao comportamento dos pobres que não ostentam seu poder de consumo**.

No capítulo 3 desta dissertação deixamos claro que a **participação na parte religiosa** da festa do Rosário é um comportamento dos devotos que são, em sua maioria, oriundos das classes populares de baixa renda de Pombal. Esse fato é comprovado pelo uso de símbolos de pobreza que existem na referida

procissão já citados, como as chamadas roupas de chita, ou seja, de tecidos baratos, ou ainda, o traje de São Francisco, que é tido em Pombal como o santo dos votos de pobreza com o qual os populares se identificam.

Nas procissões, especialmente na última, do dia de encerramento da festa, muitos devotos usam uma roupa de tecido grosseiro e uma corda amarrada na cintura, que simboliza também a renúncia da vaidade. O uso das roupas modestas para o cumprimento de promessas dos devotos populares configura os comportamentos simbólicos da **não-ostentação**; quando esta prática ocorre com pessoas consideradas “ricas”, isso significa o seu sacrifício do valor que elas dão à **aparência do ter**, já que elas ficam indistintas como “**qualquer**” **outro devoto de baixa renda** como se pôde ver nos dados acima. Esse comportamento é uma exceção à regra que confirma os valores da ostentação do consumo.

Debord (1997, p. 119) lembra que o consumo faz parte de um comportamento espetacularizado, e nesse contexto “[...] a cultura é a esfera geral do conhecimento e das representações do vivido na sociedade”. No caso da festa do Rosário de Pombal esse conceito e as respectivas ocorrências são enquadradas em representações fortemente padronizadas em termos de consumo e aparência. Até mesmo o relato do desafio do brinquedo do parque foi um comportamento ostensivo e extraordinário, que só ocorre nessa ocasião em Pombal.

Vejamos a resposta da pergunta seguinte: **Quais os espaços que mais lhes atraem nessa Festa do Rosário?**

Jovem, loura, cabelos lisos, seguidora do padrão de consumo atual, considera-se como pertencente à “classe alta”:

- Pra mim eu gosto mais da praça, da AABB (Clube de uma rede bancária nacional), em casas de amigos, na praça às vezes à tarde, à noite, toda noite na praça e também tem a casa dos amigos que você vai. Tem o Vale (das Acácias) à tarde e também pela manhã. Para se divertir lá de tarde, na praça tem barracas com atrativos com demonstrações de bandas [...] elogiando pessoas... e principalmente o Encontro né? Que é as gerações “tudinho” de Pombal, eu particularmente adoro!! É um espaço unificado, eu me divirto junto com eles: tem

jovens, idosos, adolescentes e crianças em um só canto se divertindo em um só estilo. (Frequentemente são anunciadas as presenças de pessoas consideradas 'ilustres' no microfone que fica no coreto da praça, o que reforça a cultura da distinção de classe ou explicita a afetividade a essas pessoas).

Jovem, alva, cabelos lisos, 18 anos, de família “importante” de classe média, estudante, e que aprecia a cultura popular de Pombal:

- À noite às vezes não é tão harmonioso como à tarde (comenta).

Rapaz de cor clara, 19 anos, da classe média, possui carro e outros bens de consumo e gosta de manter as aparências ditadas pela categoria de pessoas que têm posses:

- Eu noto que em todos esses cantos as pessoas estão “arrumadas” mesmo que estejam a “vontade”, mas estão sempre fotografando, filmando, sei lá... (Todos gostam de ostentar celulares, máquinas fotográficas e de filmar, som e amplificador de som no carro para chamar a atenção, etc.) Eu gosto de tudo em pouco, mas, o que eu gosto mesmo é da AABB, as festas que sempre são umas bandas boas (caras) e eu gosto, é o meu espaço favorito. Depois disso, com certeza é o Bar Centenário.

Jovem, alva, cabelos lisos, 18 anos, de família “importante” de classe média, estudante, e que aprecia a cultura popular de Pombal:

- O meu espaço favorito é o Bar Centenário, é onde está o foco (da festa), e em casa de amigos.

Jovem, loura, cabelos lisos, seguidora do padrão de consumo atual, considera-se como pertencente à “classe alta”:

- Prefiro a praça, fora a praça eu prefiro a minha casa porque lá tem muita gente da minha família, meus amigos e lá a gente curte o resto do dia.

Nestas respostas ficou claro que **os locais que requerem maior dispêndio financeiro** foram os considerados **como espaços de ostentação do poder de consumo para os jovens da escola particular**. Note-se que todos eles se localizam fora do núcleo cultural-religioso das tradições da festa, como já

foi evidenciado nos conteúdos acima. Abaixo seguem as respostas da seguinte pergunta:

O que vocês acham que são os objetos mais consumidos, mostrados em públicos, fora roupas, na Festa do Rosário?

Jovem, loura, cabelos lisos, seguidora do padrão de consumo atual, considera-se como pertencente à “classe alta”:

- Com celular todo mundo saí, mais muita gente leva filmadora também.

Jovem, alva, cabelos lisos, 18 anos, de família “importante” de classe média, estudante, e que aprecia a cultura popular de Pombal.

- Acho que na Festa do Rosário, como também em outras “ocasiões”, todo mundo saí com celular.

Rapaz de cor clara, 19 anos, da classe média, possui carro e outros bens de consumo e gosta de manter as aparências ditadas pela categoria de pessoas que têm posses:

Entendo que celular pode ser o que mais se vê o povo levando, mais tem que “vim” de carro, com o som para “botar” “paredão”. Isso chama muito a atenção das meninas e os “cara” ficam com inveja.

Três dos jovens da escola particular que responderam à essa pergunta mencionaram o **telefone celular** como um dos objetos mais exibidos nesta festa. Também foram citados a **filmadora** e o **carro com som alto** para as competições dos *paredões*. É importante ressaltar que o número de citações de objetos de consumo nestas respostas deve ser visto com olhar qualitativo e não quantitativo. Os dados apresentados até agora confirmam a importância do comportamento de ostentação que ocorre neste evento.

Neste sentido observamos e anotamos no nosso diário de campo a preocupação das pessoas em exibirem as câmeras digitais com múltiplas funções (fotografar, filmar etc.), e outros aparelhos que foram mencionados pelos jovens da escola pública como os aparelhos de som portáteis, citados com ênfase pelos alunos da escola pública. Os parâmetros de exibição ficaram então em torno dos celulares e aparelhos de som, para os jovens de menor poder aquisitivo, e os

carros com som e câmeras de múltiplas funções, para os de maior poder aquisitivo.

De acordo com os dados empíricos apresentados neste capítulo, percebe-se que os jovens de Pombal, tanto os de menor quanto os de maior poder aquisitivo seguem a lógica que ordena nossa organização social na atualidade. Nela o principal estímulo para o desempenho em busca da auto-exaltação e do consumo como fonte de *status*, responde às exigências que os jovens procuram nos novos tempos. Essa é a essência do conceito de consumo distintivo e fetichista, como definem Canclini (1995) e Needel (1987).

Recorde-se que essa auto-afirmação e busca de destaque, em Pombal, tem raízes históricas como mostramos nos capítulos I e III dessa dissertação. Ela faz uma ponte entre a mentalidade tradicional e a atual da Festa do Rosário, embora que a cultura popular de devoção e a apresentação dos grupos de dança afro-brasileira etc. - não faça parte dessa listagem de elementos sociais que invadem esse “mercado” de produtos consumidos pelos participantes da festa de um modo geral. Estes objetos, que são divulgados pela cultura de massa, são disputados pelos jovens que são mais vulneráveis aos apelos consumistas por serem supostamente imaturos.

A festa do Rosário, por acumular multidões e propiciar o encontro entre as pessoas que se conhecem, inclusive as de fora, é um cenário que configura uma grande pressão consumista, pois, as pessoas querem se apresentar bem vestidas e usando objetos que conferem destaque aos seus portadores. São esses elementos simbólicos modernos que foram acoplados às práticas e comportamentos da cultura popular tradicional deste evento.

De acordo com a experiência e observação da pesquisadora e autora deste trabalho, há inclusive os que dizem que preferem “não estar presentes na festa” se não se enquadrarem nessa expectativa de exibição consumista, que é bem característica dos jovens de Pombal nesta ocasião.

É importante ressaltar que a pressão consumista em Pombal tem maior força por ser desenvolvida numa cidade pequena, e, dentro desta, numa festa concentrada nos espaços restritos a cada segmento social, conforme apontamos no capítulo anterior. Isto significa que o estímulo de compras incide diretamente

sobre o poder aquisitivo dos jovens e respectivas famílias – que são as que patrocinam este processo. É o que demarca os novos critérios de limites de inclusão e exclusão social, que se distanciam daqueles de natureza exclusivamente econômica: é a cultura, prática e poder de consumo de ostentação que faz a diferença.

Como reação em cadeia, esses modelos simbólicos que valorizam a exposição consumista refletem os preconceitos entre as categorias sociais, que são hoje divididas entre os que podem ou não consumir e exhibir objetos de destaque. Tudo isso configura a moda e um modo de ser jovem em Pombal, cujo cenário por excelência é a festa do Rosário.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

"Aprendi que os sonhos transformam a vida em uma grande aventura. Eles não determinam o lugar onde você vai chegar, mas, produzem a força necessária para arrancá-lo do lugar em que você está".

Augusto Cury

Nos dados empíricos desta dissertação podemos identificar os pontos que se apresentam com maior relevância para a compreensão de como a cultura do consumo foi incorporada aos modelos sócio-culturais organizativos da sociedade de Pombal no cenário da festa do Rosário, que foi o foco de análise desta dissertação.

Explicando melhor, vimos nos dados históricos deste trabalho que a população deste município se constituiu, desde o início, em dois amplos segmentos básicos e interdependentes, em termos de relações econômicas, políticas e culturais: os “pobres e negros”, de um lado, e os “ricos, poderosos e brancos” de outro. É importante ressaltar que os termos aspeados são rótulos mais simbólicos e abstratos do que reais, e que estão no imaginário da população de Pombal. Em outras palavras, é difícil de se encontrar, nesta cidade, pessoas que são consideradas como pertencentes à categoria de “família importante e de origem nas tradições”, que seja de cor negra, embora haja muitos brancos de baixo poder aquisitivo neste contexto. No entanto, o essencial é então o modelo de distinção entre “ser rico” (e “branco”) e “ser pobre” (e “negro”).

Há diferenças visíveis entre ambas as categorias e elas mapeiam as inter-relações sociais entre eles; ou seja, os componentes de um segmento social necessitam dos componentes do outro para se auto-definirem, formando então uma oposição complementar entre ambos. Essa radiografia social da sociedade de Pombal é tão arraigada na cultura e mentalidade de sua população, desde sua fundação, no século XVIII (SEIXAS, 2004, p. 245), que persiste e se reproduz nos tempos atuais, ainda que com elementos simbólicos e práticas pós-modernas que são trazidas de fora da região para este município.

A moderna cultura do consumo, ao ser interiorizada pela população, confirma mais uma vez esse modelo que é projetado nos novos objetos e elementos materiais-simbólicos que se acoplam às distinções historicamente construídas. Há inclusive o surgimento dos chamados “novos ricos”, que se enquadram nas antigas raízes socioculturais, em que pese terem crescido economicamente pelas novas formas do capitalismo neoliberal globalizado, tal como foi citado por José Machado Pais (2003) sobre os jovens de Lisboa, Portugal.

Neste sentido, hoje, a cultura do consumo foi incorporada às tradições históricas através da prática imperativa de se **medir a posição das pessoas pelo que elas supostamente têm e pelo que elas “podem” comprar e exhibir**, como reza o modelo consumista local. Esta visão de mundo é baseada na mentalidade construída ainda na época colonial, em que as famílias importantes eram as que tinham bens materiais, e os subordinados pobres tinham apenas a propriedade de sua força de trabalho, que hoje é traduzido pelo poder ou não de consumo. Este destaque às posses e poder político das famílias consideradas por todos como importantes vem sendo alardeado em Pombal desde os primeiros documentos da história deste município, como já nos referimos ainda no primeiro capítulo.

Neste contexto, os estudantes da escola pública, que são os de menor poder aquisitivo, incorporaram o ideário consumista, seja pelo desejo de adquirir os objetos de maior prestígio, seja pelo esforço descomunal que fazem para conseguir comprar alguma coisa que consideram importante para eles.

Veja-se o exemplo da frase emitida por um dos estudantes da escola pública em seu depoimento: [...] **Admiro [o consumo de roupas e objetos para participar da festa do Rosário] sem sofrer, mas, o celular vou ter que comprar, é o jeito**. A expressão “sem sofrer” denota o contrário, ou seja, os jovens de baixo poder aquisitivo sofrem sim por não poderem adquirir os objetos de consumo que passaram a desejar, como é o caso do celular ao qual o estudante admite que não pode deixar de adquirir. O complemento da frase [...] *é o jeito* evidencia o quanto as pessoas são pressionadas pela referida cultura imperativa, onde elas são medidas pelo que elas “podem” comprar.

Esses desejos de consumo dos jovens de baixo poder aquisitivo mostram que eles querem se “igualar”, ou seja, querem ser incluídos no segmento social dos jovens da escola particular, embora que, para realizá-los, tenham que aspirar “empregos futuros bem remunerados” para poderem financiar esse consumo. Já os de melhor poder aquisitivo têm famílias que podem lhes financiar os mesmos objetos no momento presente em que os desejam, mesmo que o custo deste consumo seja o de velados sacrifícios com os serviços de crédito local. A expressão mais evidente do desejo de igualdade dos “pobres” em relação aos “ricos” foi a do jovem negro que é estudante da escola pública, ao se referir

ao seu sonho de consumo: [...] ***Se eu tivesse dinheiro eu comprava uma Hilux, só pra acabá a besteira desses “cabinha”.***

Interpretamos essa frase, especialmente a palavra *besteira*, como sendo proferida como um desabafo que veio à tona, vindo de um profundo e velado sentimento de revolta, frustração e mágoa do jovem por não poder comprar um objeto caro e que confere *status* e prestígio ao seu possuidor. A expressão “desses cabinha” distingue os jovens que podem realizar seus desejos de consumo e que compõem o “outro grupo”, ao qual este jovem “pobre” não pertence. Enfim, a frase reflete a insatisfação pela constatação da sua exclusão do mundo do consumo.

Este mesmo estudante da escola pública considera que, através dessa carga simbólica agregada ao carro importado, ele poderia se “igualar” aos jovens “ricos”, ou seja, ele deixaria de ser “humilhado” por causa do seu “não-poder” de consumo. O carro Hilux é então a medida de prestígio que é conferida pela capacidade (ou não) de consumo estabelecida neste universo. Ao mesmo tempo está nas entrelinhas desta frase a percepção da sua avaliação crítica contra a falsidade das aparências, conforme as afirmações de Debord (1997).

Há, porém, uma questão sobre os estudantes da escola pública que merece ser aprofundada e que se refere ao modo como eles se preparam e participam da festa. Todos eles têm uma preparação “limitada”, em termos de poder de consumo de itens como roupas novas, havendo inclusive os que não comprem nada especial, mas, atuam na festa ou na preparação da Igreja do Rosário onde ela ocorre como os dois rapazes que são ligados às instituições católicas locais. Também se pode observar que todos participam do evento através de trabalhos específicos, seja na igreja, seja em trabalhos no comércio da festa, com o objetivo explícito de complementação de renda. O mais importante é que a participação destes jovens nesse evento religioso é marcante e importante para eles.

Recorde-se que, desde o início histórico das comemorações de Nossa Senhora do Rosário, ainda no século XIX, a participação dos segmentos “pobres” de Pombal nos atos devocionais era o centro da festa. Essa forma de inserção dos setores sociais de menor poder aquisitivo se reproduz entre os jovens

estudantes da escola pública da pesquisa, o que nos leva a concluir que **a devoção por essa santa é um sentimento compartilhado por eles enquanto participantes do segmento dos “pobres”, e esse é o modo de eles se incluírem na festa.**

Há até a prática de pagar promessas usando roupas de tecidos baratos, que são chamados popularmente de “chita” – simbolicamente apontada como roupa de “pobre” - e que foi confirmada nesta pesquisa por uma jovem de “família ilustre” e que admira a cultura popular. Ela declarou – discretamente, fora da gravação da entrevista - que já participou como devota da Procissão do Rosário, que é o ponto alto da festa, vestida de “chita”, ou seja, com roupas modestas, para cumprir uma promessa. Essa exceção do seu comportamento apenas confirma a ostentação do poder de consumo, como já afirmamos no capítulo 4.

Por outro lado, os jovens estudantes da escola particular se preparam e participam da festa através do consumo de objetos considerados como de “alto custo” – roupas, aparelhos eletrônicos como câmeras digitais, celulares etc. - para serem exibidos na festa. Esta tem então um caráter que é quase unicamente de entretenimento nas diversas instâncias programadas para isso e que ensejam a exibição do poder de consumo dos participantes através desses mesmos objetos. Em suma, **o consumo exclui os estudantes da escola pública e inclui os da escola particular. A devoção, salvo exceções, não atrai nem interessa aos jovens de “maior” poder aquisitivo, embora possa incluir os de “menor” poder de compra.**

A questão da inclusão e exclusão com base no poder de consumo nos remete a Dupas (1999, p. 17), que por sua vez cita Wolfe (1995). Este último autor relata:

[...] uma anedota latino-americana segundo a qual a sociedade se dividiria em três grupos: os que têm cartões de crédito; os que não têm cartões de crédito mas gostariam de ter; e os que nunca ouviram falar de cartões de crédito. O grupo dos que não têm cartões de crédito mas gostariam de ter é aquele que, apesar de partilhar os valores da sociedade consumista, não conseguiu o *visto de entrada* ao almejado paraíso do consumo. Isso o torna

potencialmente mais frustrado do que o terceiro grupo de indivíduos, composto por aqueles que ainda não introjetaram os valores que agora, na 'aldeia global' referida por McLuhan, tornaram-se quase universais.

Em certo sentido, os integrantes desse terceiro grupo podem ser vistos como mais excluídos – principalmente se o critério utilizado for renda – mas isso não impede que o **sentimento de exclusão surja com mais intensidade naqueles que constantemente vêem suas aspirações e expectativas de consumo frustradas.** (Grifos nossos).

Nesta mesma fonte, Dupas (1999) afirma que a sociedade contemporânea vem criando problemas ao centrar no consumo diferenciado a maior parte da realização pessoal e social das pessoas, porque esta prática de desejar e comprar objetos eleitos como signos de *status* se transformou em sinal exterior de sucesso individual, o que acarreta o "sentimento de exclusão" (p. 17). Segundo este autor essa sensação é de um teor relativo, pois o *estar excluído* não se refere à falta de atendimento às necessidades básicas, mas sim *daquilo que outras pessoas têm*.

Realmente, a cultura do consumo manipula os desejos dessas pessoas que não são totalmente excluídas do mundo capitalista, até porque essas últimas priorizam o atendimento às suas necessidades básicas, como a comida e moradia, por exemplo. É exatamente o caso deste grupo de estudantes da escola pública, que apesar de terem um baixo poder de consumo de ostentação, têm suas situações socioeconômicas estáveis e uma inserção no sistema educacional de nível médio, o que os diferencia dos que são totalmente excluídos. No entanto, **são jovens que vivenciam expectativas de consumo frustradas.**

Nessa contradição somos levados a recorrer a Hall (1999, p. 74-75), para analisar a questão da identidade social e cultural dos jovens de Pombal, que é construída no cenário da festa do Rosário. Segundo este autor, as pessoas que moram em locais pequenos e aparentemente remotos dos países pobres e em desenvolvimento do "Terceiro Mundo" (aspas do autor), podem receber em suas casas as imagens e mensagens das culturas ricas e consumistas, e que são fornecidas pela televisão ou outros meios. Hall (1999, pp. 75-76) complementa essas reflexões:

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as *identidades* se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicas e parecem ‘flutuar livremente’. **Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece possível fazer uma escolha. Foi a difusão do consumismo, seja como realidade, seja como sonho que contribuiu para esse efeito de ‘supermercado cultural’.** No interior do discurso do consumismo global, as diferenças e as distinções culturais, que até então definiam a *identidade*, ficam reduzidas a uma espécie de *língua franca* internacional ou de moeda global, em termos das quais todas as tradições específicas e todas as diferentes identidades podem ser traduzidas (grifos nossos).

Em outras palavras, as tradições não são abolidas e sim traduzidas para os novos contextos sociais. Realmente, os jovens de Pombal que estudam na escola particular, e que supostamente têm maior poder de consumo de ostentação, deixaram de lado ou dão menor importância à tradição da devoção à N. Sra. do Rosário, que inclui as apresentações de cultura popular feitas em homenagem a esta santa. É esse segmento da juventude que internalizou o referido “efeito de supermercado cultural” citado por Hall (1999), que se relaciona com a difusão e aquisição da cultura do consumo.

Por outro lado, os estudantes que aparentemente têm menor poder aquisitivo e que estudam na escola pública mantêm sua identidade cultural, que é apoiada nas suas devoções e participações nos rituais religiosos da festa do Rosário. Não obstante esta identidade tradicional, eles também se deixaram envolver simbolicamente pela cultura consumista, ainda que em forma de sonhos e desejos de, pelo menos no futuro, poderem adquirir os objetos divulgados como signos de prestígio.

Note-se que este “futuro” vai depender exclusivamente deles, ou seja, o consumo só poderá ocorrer se eles estudarem e conseguirem empregos bem remunerados para prover esta prática, pois, as suas famílias não podem nem poderão financiar esse consumo, como ocorre com os jovens da escola particular.

Mas, a referida “homogeneização cultural” citada por Hall (1999, p. 76) não se apresenta tão homogênea entre os jovens de Pombal quanto este autor afirma, embora que esta variação cultural confirme que as identidades “flutuam livremente”. Podemos interpretar este processo de flutuação como referente às identidades múltiplas e em constantes mudanças neste contexto, pois elas realmente fazem apelos às diferentes partes que compõem o sentimento do *nós coletivo* dos jovens na festa do Rosário de Pombal.

É com base nessas contribuições teóricas e empíricas que apresentamos aqui nossas próprias reflexões conclusivas. **A ostentação do poder de consumo é massificada e presa a categorias simbólicas ligadas a extratos sociais classistas e fetichistas, que por sua vez servem para mapear as pessoas tanto nas suas identidades individuais quanto no norteamento dos seus pertencimentos sociais. A ostentação é complexa e dialeticamente estabelecida pela sociedade e cultura do consumo. Revela desigualdades que são problemáticas e podem gerar conflitos abertos ou velados, bem como, mostra criatividade, coerências e a consciência das pessoas no jogo das suas buscas de inserção social. A OSTENTAÇÃO DO PODER DE CONSUMO MOSTRA, ENFIM, TANTO O SER QUANTO O QUERER SER NO ATO DO QUERER TER.**

REFERÊNCIAS

ABRANTES, Verneck de Souza. **Um Olhar sobre Pombal Antiga (1906 a 1970)**. Campina Grande: União, 2002.

Adorno, T. W. **Prismas**. Barcelona: Ariel, 1962.

_____. **Intervenciones**: Nueve Modelos de Crítica. Caracas: Monte Ávila, 1969.

ALBUQUERQUE, Júnior; Durval Muniz. **A invenção do nordeste e outras artes**. Recife: FJN - Massangana; São Paulo: Cortez, 1999.

ALMEIDA, Geraldo Gustavo. **Do Nordeste para o Brasil**. João Pessoa: Universitária/UFPB, 1999.

ALMEIDA, Leandro; FREIRE, Tereza. **Metodologia da investigação em Psicologia e Educação**. Coimbra: LUSOGRAFE-BRAGA, 1997.

ALVIM, Rosilene et al (Orgs.). **(Re)construções da juventude**: cultura e representações contemporâneas, João Pessoa: PPGS/UFPB, 2004.

ANDRADE, Maristela Oliveira de. "A Feira de Campina Grande: Tradição e Identidade". ANDRADE, Maristela Oliveira de. **Cultura e Tradição Nordestina**: Ensaios de História Cultural e Intelectual. João Pessoa: Manufatura, 2000.

ARAÚJO, Gerdivan Nóbrega. **Sob o Céu Estrelado de Pombal** – Fragmentos Recompuestos. João Pessoa: União, 1997.

AYALA, Marcos. "Festa do Rosário em Pombal: História e Identidade". **Revista CCHLA – Número Especial 300 Anos Sem Zumbi dos Palmares**. João Pessoa: UFPB, 1995.

AYALA, Marcos e AYALA, Maria Ignez Novais. **Cultura Popular no Brasil**: Perspectiva de Análise. São Paulo: Ática, 1997.

BAKHTIN, Mikhail. **A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento**: O Contexto de François Rabelais. São Paulo: Hucitec, Brasília/Edunb, 1996.

_____. **Questões de Literatura e Estética**. São Paulo: Hucitec, 1990.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Ed. 70, 1997.

BAUDRILLARD, Jean. **O Sistema dos Objetos**, 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

BENJAMIM, Roberto Emerson. **A Festa de Rosário de Pombal**. João Pessoa: UFPB, 1976.

BOGDAN, R. L; BIKLEN, S. K. **Investigação Qualitativa em Educação**. Porto, 1994. CONTEÚDO ESCOLA. (2004). **Gestão escolar: introdução**. Disponível em <http://www.conteudoescola.com.br/site/content/view/42/45/>. Acesso em 03/02/2009.

BORELLI, Silvia Helena Simões. **Ação, Suspense, Emoção**. São Paulo: EDUC, 1996.

BORNHEIM, Gerd et al (Orgs.). **Cultura Brasileira** – Tradição, Contradição. Rio de Janeiro: Copyright, 1987.

BOSI, Ecléa. **Cultura de Massa e Cultura popular**: Leituras de Operárias. Rio de Janeiro: Vozes, 1986.

BOSI, Alfredo. **História Concisa da literatura brasileira**. 3. ed. São Paulo: Cultrix, 1995.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos**: Conflitos Multiculturais da Globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas**. São Paulo: EDUSP, 1997.

CERTEAU, Michel de. **A Invenção do Cotidiano**: As Artes de Fazer, 2ª. ed. Petrópolis: Vozes, 1974.

COHN, Gabriel (Org.). **Theodor W. Adorno**. São Paulo: Ática, 1986.

COSTA, Marcio da. "A Educação em Tempos de Conservadorismo". In: GENTILE, Pablo (Org.). **Pedagogia da Exclusão**: Crítica ao Neoliberalismo em Educação. Petrópolis: Vozes, 1995.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**: Comentários Sobre a Sociedade do Espetáculo. 2ª Reimpressão. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DOMINGUES, José Maurício. **Sociologia e Modernidade para Entender a Sociedade Contemporânea**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O Mundo dos Bens**: Para uma Antropologia do Consumo. 1ª Reimpr., Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

DUPAS, Gilberto. **Economia Global e Exclusão Social. Pobreza, Emprego, Estado e Futuro do Capitalismo**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1987.

ESTIMA, Liliane de Fátima Lima. "Capítulo 1 - Fundamentação teórica", ESTIMA, Liliane de Fátima Lima. **Religião como produto de consumo: a mercantilização através da fé**. João Pessoa: UFPB/CCHLA – Monografia de Graduação do Curso de Ciências Sociais, 2004.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de Consumo e Pós-Modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERNANDES, Diego. **É Proibido ser Diferente?** São Paulo: Canção Nova, 2005.

FREIRE, Paulo. **Política e Educação**. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2000.

FRIGOTO, Gaudêncio. O Enfoque da Dialética Materialista Histórica na Pesquisa Educacional. In: Ivani Fazenda. **Metodologia da Pesquisa Educacional**. São Paulo: Cortez, 1994.

GALIZA, Diana Soares de. **O Declínio da Escravidão na Paraíba – 1850 – 1888**. João Pessoa: UFPB, 1979.

GOTTSCHALL, Carlota. "Cultura do Consumo: Vários Mundos em uma cidade". **Revista Bahia: Análise & Dados**, V. 9, nº 2, Salvador/BA: SEI, setembro, 1999, p. 30-38.

GRAMSCI, Antônio. **Literatura e Vida Nacional**. São Paulo: Civilização Brasileira, 1986.

_____. **Os Intelectuais e a Organização da Cultura**. 7. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

HALL, Stuart. "Cultural Studies and its Theoretical Legacies". **Critical Dialogues in Cultural Studies**. Londres: Routledge, 1996.

_____. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. 3. ed., Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Disponível em <www.ibge.gov.br>. Acesso em setembro de 2007.

LAVILLE, Cristian; DIONE, Jean. **A Construção do Saber: Metodologia da Pesquisa em Ciências Humanas**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1999.

LIPOVETSKY, G. **O Império do Efêmero: A Moda e Seu Destino nas Sociedades Modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MACHADO PAIS, José. **Culturas juvenis**. 2. ed. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2003a.

_____. **Ganchos, tachos e biscates**: jovens, trabalho e futuro. 2. ed., Porto: AMBAR, 2003b.

MARROQUIN, Mário. **A Língua do Nordeste**. 3. ed. São Paulo: Companhia. Editora Nacional, 1945.

MELO, José Marques de. "As Festas Populares como Processos Comunicacionais: Roteiro para o seu Inventário, no Limiar do Século XXI". **Revista Vivência – A Festa**. Natal: UFRN/EDUFRN, 1983.

MELO, José Otávio de Arruda. **História da Paraíba**: lutas e resistências. 4. ed. João Pessoa: UFPB, 1997.

MENEZES, Djacir. **O Outro Nordeste**. 2. ed., Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1972.

MINAYO, Maria C. de Souza. **Pesquisa Social**: Teoria, método e criatividade. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 1996.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações**: Comunicação, Cultura e Hegemonia. Rio de Janeiro: URFJ, 1997.

MORIN, Edgar. **Os Sete Saberes Necessários à Educação do Futuro**. 8. ed. São Paulo: Cortez, 2003.

MOSCOVICI, Sèrge. **A representação social da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

NASCIMENTO, Angelina Bulcão. **Quem Tem Medo da Geração Shopping?** Salvador: Secretaria da Cultura e Turismo/EDUFBA, 1999.

NEEDEL, Jeffrey. **A tropical "Belle Epoque"**: Elite culture and society in turn-of-the century Rio de Janeiro. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.

NÓVOA, Antônio. **Profissão Professor**. Lisboa: Dom Quixote, 1995.

ORTIZ, Renato (Org.). **Pierre Bourdieu**. São Paulo: Ática, 1983.

PEREIRA, Aglaildes Nunes. **A fama e a celebridade como produtos de consumo**. João Pessoa, UFPB/CCHLA, Monografia de Graduação do Curso de Ciências Sociais, 2004.

QUEIROGA, Cacilda Medeiros de. **“Relatório da Brasil Oitica S/A”**, manuscrito, 2007, pp. I-IV.

SEIXAS, Wilson Nóbrega. **O Velho Arraial de Piranhas (Pombal)**. 2. ed. João Pessoa: Grafset, 2004.

SERRALVO, Francisco Antonio. **A influência das marcas na formação cultural dos usos e costumes**. São Paulo: PUC/SP - Tese de doutorado do Programa de Estudos Pós-graduados em Ciências Sociais, 1999.

SPINK, Mary Jane. **O conhecimento no cotidiano**: as representações sociais na perspectiva da psicologia social. São Paulo: Brasiliense, 1993.

STEELE, J. **Fetichê**: Moda, Sexo e Poder. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

TEODORO, Antônio. **A Construção Política da Educação**. Lisboa: Afrontamento, 2001.

WILLIAMS, Raymond. “El Futuro de los Estudios Culturales” e “Los Usos de la Teoria Cultural”. **La Política del Modernismo**: Los Nuevos Conformistas. Buenos Aires: Manantial, 1997.

APÊNDICES

APÊNDICE A**ROTEIRO DE ENTREVISTA DOS JOVENS****ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA**

- Fale sobre a sua preparação (de roupas, equipamentos eletrônicos, bebidas, recepção de convidados, e outros) da festa do Rosário no último ano.
- Fale sobre o que você acha da parte de cultura popular (Pontões, Congos e Reisados) da festa do Rosário. Gostaria de participar dessa parte da festa? Por quê?
- Descreva a sua participação (dia e noite) da festa do Rosário do último ano.
- O que ocorreu de extraordinário com você nessa festa (namoros, passeios, convidados, perigos que enfrentou etc.)?
- Quais os espaços que mais lhe atraem nessa festa (inclusive dos clubes) e por quê?
- Descreva as festas paralelas que ocorrem dentro deste evento.

APÊNDICE B

ENTREVISTA COM GRUPO DE JOVENS SOBRE A CULTURA POPULAR TRADICIONAL DA FESTA DO ROSÁRIO DE POMBAL

- O que vocês acham das apresentações folclóricas que fazem parte da Festa do Rosário em Pombal?
- Vocês se identificam com essas danças?
- Gostariam de participar dessas danças? Se elas chegassem até a escola como um modo de preservação de renovação e conscientização, vocês gostariam de participar de danças com esse formato?
- Vocês se interessariam pela criação de grupos folclóricos que desenvolvessem esse tipo de danças na escola como forma de ação, ainda que fossem ensinadas de forma estilizada?
- O que acham se fosse feito um trabalho para renovar os grupos folclóricos de Pombal?
- Vocês consideram importante para a cultura o conhecimento e ensino da história da festa do Rosário de Pombal?
- O que vocês acham dos Pontões na Festa do Rosário?
- Vocês participam das danças que vão junto com o pessoal que vai levar e buscar o Rosário no dia da Festa?
- Você pretende fazer esforços para não deixar os grupos folclóricos desaparecerem?
- O que você mais gosta da Festa do Rosário?

APÊNDICE C**ENTREVISTA EM GRUPO COM JOVENS SOBRE CONSUMO DE MASSA E CULTURA POPULAR DA FESTA DO ROSÁRIO DE POMBAL**

- Falem sobre a preparação de vocês para a Festa do Rosário (como roupas, bebidas, equipamento eletrônico, etc.)
- Os Pontões, Congos e Reisados fazem parte da Festa do Rosário. Vocês gostariam de participar dessa parte da festa ou sentem falta de não participarem dessa parte cultural, folclórica da Festa?
- Se formassem grupos representativos dessas danças nesse período vocês dançariam?
- O que vocês já viram de extraordinário no decorrer dessa última festa?
- Como vocês descrevem as suas participações na festa durante o dia e à noite?
- Quais os espaços que mais lhe atraem nessa Festa do Rosário?
- De acordo com a observação de vocês, quais são os objetos mais consumidos e mostrados em público, fora as roupas compradas para a Festa do Rosário?

APÊNDICE D

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

A pesquisa intitulada **Jovens, Cultura Popular e Cultura de Massa**: Um Estudo sobre a festa do Rosário de Pombal, está sendo desenvolvida por **Sônia Maria Batista de Sousa** e tem por objetivo estudar a forma de participação dos jovens na referida festa. Serão feitos enfoques sobre o modo como eles vivenciam os fenômenos de cultura popular, de massa e de consumo que ocorrem durante esta festa.

A justificativa da pesquisa se dá pela importância de se estudar a combinação dos elementos da cultura popular tradicional com os da cultura de massa e de consumo modernos, que vêm sendo incorporados nessa festa, que é celebrada na Igreja do Rosário de Pombal, que tem mais de 300 anos de construção. Este é um estudo de natureza qualitativa com entrevistas semi-estruturadas a serem feitas com jovens de duas escolas de segundo grau de Pombal/PB.

Todas as informações obtidas em relação à pesquisa serão mantidas em sigilo, assegurando a proteção de sua imagem e respeitando valores morais, culturais, religiosos e éticos. Como condição da sua participação na pesquisa, você permitirá ao pesquisador a coleta de material necessário para o estudo através de uma ou mais entrevistas.

Pesquisador Responsável

Eu, _____, portador de RG:

_____, abaixo assinado, tendo recebido as informações acima, e

ciente dos meus direitos abaixo relacionados, concordo em participar da pesquisa:

- 1) Garantia de receber todos os esclarecimentos sobre as entrevistas antes e durante o transcurso da pesquisa, podendo afastar-me em qualquer momento se assim o desejar, bem como está assegurado o absoluto sigilo das informações obtidas.
- 2) A segurança plena de que não serei identificado mantendo o caráter oficial da informação, assim como, está assegurado que a pesquisa não acarretará nenhum prejuízo individual ou coletivo.
- 3) A segurança de que não terei nenhum tipo de despesa material ou financeira durante o desenvolvimento da pesquisa, bem como, a mesma não causará nenhum risco, dano físico ou ainda constrangimento moral e ético ao entrevistado.
- 4) A garantia de que toda e qualquer responsabilidade nas diferentes fases da pesquisa é do pesquisador, bem como, fica assegurado que poderá ter divulgação dos resultados finais em órgãos de divulgação científica em que a mesma seja aceita.
- 5) A garantia de que todo o material resultante será utilizado exclusivamente para a construção da pesquisa e ficará sob a guarda do pesquisador, podendo ser requisitado pelo entrevistado em qualquer momento.

Tenho ciência do exposto acima e desejo participar da pesquisa.

Pombal, _____ de _____ de _____.

Assinatura do entrevistado

ANEXO

#

o tanto, ofereceu oportunidade de emprego a mais de cem famílias pobres da região, e, além disso, as famílias mais carentes, pois essa era a preocupação, o compromisso e a prioridade da Empresa.

O óleo da Ditieira era destinado a fabricação de tintas a óleo (esmalte sintético), principalmente da Xpiranga. O produto que se extrai o óleo, destinava-se a muitos outros fins, primeiramente comida para o gado e fabricação de sabão.

Com o passar do tempo, as máquinas se multiplicaram e se aperfeiçoaram melhorando também a tecnologia aplicada. Então os empresários resolveram pesquisar e verificar a possibilidade de tais equipamentos novos de tais exper-

Terra do Sol Calientes

I

Relatório sobre a Brasil Ditieira

A Brasil Ditieira recebeu esse nome por ter sido fundada no Brasil por um grupo de americanos e que tinha a finalidade de extrair o óleo da ditieira, planta nativa encontrada em abundância na região sertaneja da Paraíba, onde foi constatado que bombar seria o polo ou geograficamente o ponto estratégico para a instalação de uma filial da Matriz sediada em Fortaleza capital do Ceará. E finalmente o sonho tornou-se realidade quando no ano de 1937 foi fundada em Bombar a Brasil Ditieira Filial de Fortaleza. Foi por diante até o final dos anos

Terra do Sol Calientes

III

~~sentar~~ ~~trabalharem~~ e beneficiarem o algodão já que a região era também a mais produtiva para tal fim e assim passaram comprar algodão cujo beneficiamento ofereceu a região maior oferta de emprego direto e indireto e isso trazia ao município uma renda considerável pois os impostos pagos pela empresa cobriam na época, quase o total da despesa mensal do município porque o pagamento de tais impostos era feito de modo correto e honesto com total ausência de sonegação.

O óleo extraído da outieira, era exportado para várias partes do Brasil e do mundo, inclusive para Moscou e saíam daquelas semanalmente intermináveis filas de vagões do trem, parados de óleo.

Terra do sol cadernos

IV

A Brasil Outieira viveu seu apogeu nas décadas de 50, 60, 70 até meados dos anos 80 e finalmente no ano de 1988 o principal acionista, o presidente do grupo, o senhor Rarcio Brasileiro, deu um enorme golpe financeiro fugindo com o dinheiro para Suíça deixando os funcionários principalmente os encarregados chefes e presidentes das repartições instalados nos diversos locais onde havia grupo da Brasil Outieira, como: ~~Fortaleza~~ Fortaleza, Bombal, Iguaçu, João Brato, Guazeiro e Cedro, perplexos, acuciadas, decepções. Os e impotentes sem nada poderem fazer. Logo a empresa pediu concordata e seus encarregados lutaram para dar continuidade, porém, nada veio a ser como an-

Terra do sol cadernos

V

It's e na impossibilidade de se reerguer novamente cons-tituiu-se infelizmente massa falida até os dias atuais.

Aqui em Pombal, contôe com a administração do gerente honesto e honrado Al-don Pereira de Queiroga que aqui che-gou aos 17 anos escolhido pelo Cônego Luís Galvão de Andrade diretor do Colégio Divino na época por ser um excelente alu-no que a Empresa Brasil Oitica poderia aproveitar-lo já que era um bilunio que se sobressaia em tudo.

Na Brasil Oitica se fir-mou com admirável respon-sabilidade mostrando inte-resse e aptidão no que fazia e com o tempo tornou-se um excelente administrador e tanto que só em Pombal dos muitos

Ferra do sol cadernos

-VI-

outros lugares onde havia insta-lado grupo da empresa, foi possível honrar com promissos de débitos trabalhistas dos seus empregados. Al-don residiu por mérito durante 30 anos na residência oficial da gerência da Brasil Oitica até maio de 2004 quan-do veio a falecer aos 63 anos e lá permanecendo por consentimento e direito sua esposa: Cacilda Medeiros de Queiroga, seus filhos, genros e netos.

A Empresa Brasil Oitica em todos os lugares onde se fixou ~~se~~ preocupou-se com o bem-estar de seus funcionários e de suas famílias. Estava sempre oferecendo o que de melhor podia como: escola, fardamento, merenda escolar,

Ferra do sol cadernos

117

quadrilha de esportes, comemoração com festa no dia do Trabalho para os empregados e ainda festas e comemorações em datas importantes para os moradores da cidade. Sempre velada para contribuir com lazer, moral, bons costumes e ensinamentos, sua decadência constituiu-se uma perda significativa para o empobrecimento financeiro, cultural e histórico para nossa cidade local e todo o seu município.

Lições foram as minhas informações sobre a Brasilística que por sinal são ~~diversas~~ e corretas.

Cavilda Medeiros de Queiroga.

Perculpe-me por não tê-las apresentadas melhor. Foi tudo muito apressado.

Fernando Solimões