

ARRASTÕES DE SÃO JOÃO: A TRANSFORMAÇÃO DO COSTUME EM PRODUTO E O CONSUMO CULTURAL NO RECÔNCAVO BAIANO

Everton Conceição Santos¹

Resumo: No Brasil, os festejos juninos se constituem como uma das grandes expressões culturais nacionais. Na Bahia, notadamente, essa expressão cultural é influenciada pela espetacularização, bem como pela mercantilização que ocasiona uma produtificação ou turistificação desses festejos. Nesse sentido, observamos que o São João da cidade de Conceição do Almeida (Bahia), embora não se diferencie do contexto junino de outras localidades, apresenta uma singularidade com relação aos eventos juninos realizados em praça pública. Nessa cidade existem os “arrastões”, manifestações culturais que acontecem durante o São João e que nos oferecem uma luz peculiar para estudo e análise. Neste trabalho pretendemos discutir, ainda que brevemente, como os “arrastões” se configuram em uma espécie de produto consumível a partir da espetacularização dos festejos juninos característicos do Recôncavo baiano.

Palavras-chave: Arrastão; Consumo; Espetacularização; Ressignificação.

INTRODUÇÃO

“Arrastão” é a denominação de um tipo de evento que ocorre nos festejos juninos em Conceição do Almeida, Bahia. Desde os anos 90, o fenômeno vem ganhando contornos espetaculares na região do Recôncavo baiano, e como aponta CASTRO (2012), provocou uma mudança espacial no local da festa que passou da casa para a praça pública.

É importante salientar que Conceição do Almeida é um município que está localizado no Recôncavo Sul Baiano, nas adjacências das cidades ao Norte (Sapeaçu e Cruz das Almas); ao Leste (São Felipe e Dom Macedo Costa); ao Sul (Santo Antônio de Jesus); e ao Oeste (Castro Alves).

Conceição do Almeida tem aproximadamente 19 mil habitantes e faz parte da zona turística *Caminhos do Jequiriçá*, que compreende o Circuito do Vale do Jequiriçá e Recôncavo Sul, e tem nas festas populares seus atrativos mais notórios, seja no sentido turístico ou de apelo midiático, assim como ocorre em Amargosa, Cachoeira, Cruz das Almas e, recentemente, na cidade de Santo Antônio de Jesus.

¹ Graduando em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Recôncavo da Bahia.
everton@estacaonet.com.br

Observamos que os “arrastões” de São João característicos de Conceição do Almeida, compõem um subproduto de uma esfera cultural que faz parte de um cenário turístico, o que se caracteriza como um importante elemento para nossa problematização e análise já que buscamos compreender o processo de surgimento de suas significações sociais de inserção dentro desse contexto.

Em outras palavras, queremos entender como os “arrastões” se constituem enquanto produto cultural autonomizado e fortemente influenciado pelos entrecruzamentos da espetacularização e da mercantilização das festas juninas no Recôncavo baiano.

Buscaremos, também, focalizar a partir de um diálogo teórico, como esses “arrastões” figuram no cosmos festivo do Recôncavo. Abordaremos o fenômeno sob a premissa do consumo, e ainda que de forma prematura, buscaremos validar a hipótese de que os “arrastões” são frutos da mudança dinâmica dos festejos juninos a partir de sua espetacularização.

Nesse sentido, o São João espetáculo tornaria favorável a criação de produtos culturais, uma vez que nessas ocasiões são reinventadas as práticas culturais que, de forma ressignificada e reconfigurada, encontram no investimento financeiro de patrocinadores do poder público e da iniciativa privada a força potencializada para sua realização.

A CULTURA SOB O PRISMA DO CONSUMO

O consumo, fato social observado de forma um tanto tímida pelas ciências sociais, tem como um dos seus principais marcos teóricos a discussão promovida por Mary Douglas e Baron Isherwood (2004).

No que se refere ao uso dos bens, DOUGLAS & ISHERWOOD (2004) se propõem a **redefinir** o lugar do consumo no que se relaciona aos estudos antropológicos buscando fundar uma possível antropologia do consumo nos idos dos anos 60. Os pesquisadores passaram a buscar uma definição antropológica de consumo vindo nisso um desafio, uma vez que falar desse assunto em contexto industrializado e capitalista não deveria distorcer a maneira de observar as também consumidoras sociedades tribais

ou comunidades étnicas que não experimentaram o comércio tal qual o conhecemos em nossa sociedade.

Visualizando duas fronteiras, a primeira de que o consumo não é imposto, mas, uma escolha soberana exercida pelo consumidor, e a outra fronteira, que consiste no fato do consumo começar onde termina o mercado, DOUGLAS & ISHERWOOD (2004) propõem que essas duas fronteiras apreendem o interior da questão e devem ser detalhadas de forma convencionada, definindo o consumo como “um uso de posses materiais que está além do comércio e é livre dentro da lei”. Para eles, a ‘fundação’ da abordagem antropológica do consumo percorre com eficiência a discussão uma vez que este ‘o consumo’ pode ser adequado a usos paralelos em todas as comunidades étnicas que não experimentam o comércio.

A afirmação de que o consumo seria como um transmissor de significados, que, em determinado contexto emerge, quando os autores apontam que “O consumo é a própria arena em que a cultura é objeto de lutas que lhe conferem forma” (DOUGLAS/ISHERWOOD p.103), os autores apontam o consumo como um expressor/gerador de cultura, uma vez que as escolhas objetivadas pelos consumidores divulgam seus gostos, que são por sua vez determinados socialmente e de expressões infinitas, concluindo que “São as escolhas de consumo que podem envolver custos elevados e que, uma vez feitas, podem determinar a evolução da cultura” (DOUGLAS/ISHERWOOD p.103). Sendo assim assumidos essa premissa para pensar, os bens como também sugerido por esses autores quando, buscam estabelecer epistemologicamente o que seria o universo etnográfico existente em torno do consumo.

Aqui nesse estudo, o universo etnográfico evidenciado a partir do consumo de produtos culturais, nesse caso os arrastões, nos traz a ideia, de que os arrastões, que ocorrem em Conceição do Almeida, são por si só, transmissores de significados culturais, partindo dessa premissa nós apreendemos que, este produto, está revestido de uma espécie de ressignificação, pois, a partir da compra de camisas, e da participação de uma massa festiva, as pessoas exercem seu livre direito de consumir emoções, e para

além disso, tratam produto enquanto um dos momentos ápices de suas experiências na cosmo festividade junina do recôncavo baiano.

A relações sociais estabelecidas a partir do consumo dos Arrastões de São João na cidade de Conceição do Almeida, nos sugere que estes funcionam como uma espécie de condensador cultural, que faz com que as pessoas, a partir do seu consumo, possam experimentar o São João do espetáculo, porém sem a perda dos laços comunitários, bem como dos contatos de solidariedade que os envolve, de forma que, a partir do uso de uma camisa, adquirida com os idealizadores deste evento torna as pessoas parte integrante dessa manifestação cultural, que de forma ativa, são foliões e ao mesmo tempo parte constituinte fundamental para a realização deste evento.

OS ARRASTÕES DE SÃO JOÃO E A CULTURA DO ESPETÁCULO

Como surgem estes arrastões? Quem são seus idealizadores? O que são esses arrastões? Para responder essas questões podemos recuperar a descrição obtida a partir de uma página hospedada na extinta rede social Orkut, que foi criada pelos fãs do Arrastão e Forró do Passa-Passa, um arrastão que ocorre desde a segunda metade dos anos 1990 na cidade de Conceição do Almeida, que diz o seguinte:

O Arrastão e Forró do Passa-Passa começou a partir da ideia baseada num grupo de jovens de meia idade que se encontram no São João da cidade de Conceição do Almeida, realizado em praça pública no mês de Junho, para comemorar e dançar muito forró, passando e trocando de casais uma brincadeira entre amigos.

Em 1998 o grupo de 8 amigos liderado por Antônio Jorge Gomes Santos formaram o primeiro arrastão do Passa-Passa, dando significado a brincadeira, hoje pelos foliões/forrozeiros é considerado o melhor arrastão da cidade.

Este arrastão consiste numa espécie de caminhada ao som de bandas no Mini Trio-Elétrico percorrendo as ruas da cidade, logo após o arrastão os foliões/forrozeiros seguem para uma área fechada para curtir mais forró e dançar a noite inteira.(ORKUT)

Acerca do processo de espetacularização das festas juninas no Recôncavo baiano, podemos lançar mão das reflexões trazidas por Jânio Roque Barros de Castro no livro *De Casa a Praça Pública* (2012). Em que a partir de uma perspectiva estruturalista este analisa o processo de mercantilização bem como o de espetacularização dos festejos juninos nas cidades de Amargosa, Cachoeira e Cruz das Almas. Segundo ele, esse processo traz mudanças no ponto de vista espacial, e elas podem ser observadas na criação dos palcos das festas juninas, assim como na transferência da realização dos festejos das casas e dos seus terreiros para as praças de largo. Para Castro:

“As festas populares se constituem em uma importante manifestação cultural que pode ter sua origem em um evento sagrado, social, econômico ou mesmo político do passado e que constantemente passam por processos de recriações e atualizações; como destaca Claval (1999), a cultura como herança transmitida, pode ter sua origem em um passado longínquo, porém não se constitui em um sistema fechado, imutável de técnicas e comportamentos. (...)” (CASTRO, 2012: 42)

Outra reflexão que também pode ser trazida para esta análise é a feita por Edson Farias(2000), quando este vai analisar a o desenvolvimento de um mercado do entretenimento a través da produtificação da cultura em que este autor afirma que:

Em vista disso a identificação das culturas populares na contemporaneidade revela facetas bem mais diversas e complexas, cujas historicidades demonstram combinações inusitadas e bem mais sinuosas do que aquelas entre os gêneros e a produção industrial da cultura. E ainda assim, as manifestações culturais populares se mostram expressivas e constitutivas de um amplo campo cultural. Por isso considero que a processualidade de espetacularização de algumas matrizes culturais constitui um problema original a ser mais bem conhecido, quando se trata de compreender algumas das tendências presentes na redefinição das identidades socioculturais, a partir da simbiose cultura e entretenimento, sob a ótica da correlação entre ócio e negócio. (FARIAS, 2000:44)

Aqui apontamos que o produto originado desse processo, os Arrastões de São João, se encaixam num nicho festivo, em que, ainda segundo Edson Farias:

“(...) os significados em torno da solidariedade comunal e do carisma permanecem, apesar da recriação do sentido das festas populares como peças e contextos de diversão cosmopolita e núcleos das pautas turísticas de exportação cultural. As hibridações mais que

apontarem ao popular de massa, creio, descortinam então o entretenimento e a economia do lúdico como mecanismos institucionais fundamentais às redes extensas de interdependências funcionais, com ingerência sobre o desencaixe e o encaixe das experiências humanas, de outras instituições, símbolos, habilidades e práticas no ambiente da globalidade, porem em consonância com a ordem da sociedade de consumidores. ” (FARIAS, 2000: P.44)

É importante aqui, salientar que o “arrastão”, mesmo sendo junino, é um termo que possui certa ambiguidade. Reconhecemos aqui, a mesma simbologia impressa nas “quadrilhas” juninas, uma vez que estas também possuem certa ambiguidade, sendo um termo utilizado para denominar um tipo de dança típica dos festejos juninos no Brasil conforme aponta Chianca (2013).

Salientamos que, “quadrilha” é também um termo utilizado para denominar organizações criminosas. Já “arrastão” foi utilizado pela mídia carioca para denominar uma série de assaltos ocorridos na década de 90 na praia de Copacabana no Rio de Janeiro. Ao mesmo tempo “arrastão” é o nome dado a barcos de pesca que operavam redes de arrasto, para captura dos peixes.

Ao apreender o sentido do consumo dos “Arrastões de São João”, partindo dessa perspectiva, com o viés de um consumo da cultura, estes enquanto um produto do processo de espetacularização, e mercantilização turística dos festejos juninos a partir dos anos 1990, bem como das ressignificações simbólicas, espaciais e da infinidade de expressões a serem observadas.

É sabido que a modernidade constitui uma sociedade de consumo, uma nova maneira de pensar os bens, em outras palavras, as ressignificações desse contexto, propiciam aos bens várias conotações simbólicas, que funcionariam como ‘pontes’ para outros significados que são construídos midiaticamente. Acreditamos que os “arrastões” funcionam como esse mecanismo, ponte, que consegue concentrar um tipo de acontecimento festivo, que envolve ao mesmo tempo, uma dinâmica festiva comunitária, adaptada ao contexto espetacularizado e mercantilizado dos festejos Joaninos do Recôncavo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como este trabalho ainda está em caráter construtivo, uma vez que, este artigo está em diálogo um projeto de pesquisa ainda em processo de realização, o que podemos apreender em torno da mercantilização dos festejos juninos, é que estes já se configuraram num sistema entrecortado, que torna essa expressão um exemplo exposto de um fato social que envolve um entrecorte de esferas, sociais, econômicas, e políticas, uma vez que estes já se consolidam enquanto uma manifestação cultural bastante significativa nas tramas festivas constituídas no Recôncavo baiano a partir da década de 90.

A modernização provocada pelo processo de autonomização de uma esfera cultural transforma os costumes e as formas de sociabilidades das comunidades, tornando-as um produto acabado e pronto a ser consumido pelas mais diversas parcelas das sociedades que os envolve, criando, portanto, um elemento, que exige uma apreensão cuidadosa, afim de que se analise com bastante parcimônia os meandros que revolvem os “arrastões” juninos constitutivos da rica e diversa expressão cultural da Bahia.

Ainda que em caráter não conclusivo, essa pesquisa apresenta contornos que diferenciam os festejos juninos de Conceição de Almeida das demais cidades do interior da Bahia e isso se dá através dos “arrastões” que se mostram como uma forma ressignificada de festejar o São João, uma vez que, mesmo com suas transformações de caráter espetacular e mercantilista, eles propõem um rearranjo espacial e configuracional, sendo necessários estudos mais detalhados, no que tange a dinâmica destes eventos bem como a sua negociação com as esferas econômicas, políticas e socioculturais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTRO, Janio Roque Barros de. **Da Casa a Praça Pública: A Espetacularização das Festas Juninas no Espaço Urbano**. Salvador, EDUFBA, 2012.

CHIANCA, Luciana. “O auxílio luxuoso da sanfona”: Tradição, espetáculo e mídia nos concursos de quadrilhas juninas. **Revista Observatório Itaú Cultural: A festa em múltiplas dimensões**, São Paulo, n. 14, p.91-102, maio 2013. Quadrimestral. Itaú Cultural.

DOUGLAS, Mary. **O Mundo dos Bens: para uma antropologia do consumo**/ Mary Douglas, Baron Isherwood; trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004

FARIAS, Édson Silva. **Ócio e Negócio: Festas Populares e Entretenimento-Turismo no Brasil**. 2000. 511 f. Tese (Doutorado) - Curso de Doutorado em Ciências Sociais, Universidade Federal de Campinas, Campinas, 2000.

GEERTZ, Clifford, 1926. **A Interpretação Das Culturas** - Rio de Janeiro: LTC, 2008. 323p.

ORKUT, Comunidade do. **Forró da Turma do Passa-Passa**. Disponível em: <<http://orkut.google.com/c12508181.html>>. Acesso em: 23 fevereiro 2015.

RANGEL, Lucia Helena Vitalli. **Festas Juninas, Festas de São João: Origens, Tradições e História**. São Paulo: Publishing Solutions, 2008. 129 p. Disponível em: <http://www.festajunina.com.br/2014/biblioteca/livro_festas_juninas.pdf>. Acesso em: 25 set. 2014.

TURISMO, Governo do Estado da Bahia - Secretaria de (Comp.). **Zonas Turísticas**. Disponível em: <<http://www.setur.ba.gov.br/zonas-turisticas/>>. Acesso em: 08 maio 2015.