
A Apropriação De Espaços Públicos Por Meio Das Práticas De Comunicação E Consumo Das Artes - As Experiências Subjetivas Das Festas Populares

1

Gisele JORDÃO²
ESPM

RESUMO

As novas tecnologias condicionam novas formas de viver, de pensar e de se relacionar, permeadas pela cultura e pelo consumo. Nessas relações, engendram-se dinâmicas de poder que utilizam o espaço como mediador. A soberania de um indivíduo sobre o outro, proporcionada por relações assimétricas, resulta em espaços desapropriados ou privatizados que desprivilegiam a diversidade e impedem experiências de alteridade. Este artigo move-se em direção à compreensão de como criar ambientes de diálogos entre culturas distintas e, assim, favorecer a apropriação do espaço pelo coletivo como forma de mitigar a violência. Entendemos que as artes fornecem as condições para que estes diálogos aconteçam, dada a imanência de sua constituição. A partir de um estudo de caso único integrado, buscamos compreender a atuação de intervenções artísticas no espaço público para geração (ou não) de diálogo.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação e consumo, comunicação e cidadania, espaço público, subjetividade, festas populares.

A APROPRIAÇÃO DE ESPAÇOS PÚBLICOS POR MEIO DAS PRÁTICAS DE COMUNICAÇÃO E CONSUMO DAS ARTES

O contexto contemporâneo traz novas realidades e interpretações sociais bem como novas formas de viver, de pensar, de se relacionar. Em uma sociedade estruturada pelas novas tecnologias com uso e produção intensos de informações, a cultura, mais do que nunca, é um forte sistema simbólico a permear as interações na sociedade global. Neste novo contexto proposto, em que a centralidade da cultura parece ser determinante, as manifestações populares ganham atenção e suas dimensões tradicionais de sentido, ideológicas, não mais acompanham suas necessidades na contemporaneidade (GARCÍA CANCLINI, 2009a; HARVEY *et al.*, 2015).

A cultura apresenta-se como princípio constituinte do viver contemporâneo, alicerçada no imbricamento comunicação-consumo. Com tal destaque, na sociedade contemporânea, ganha novos delineamentos e atenções e, assim, torna-se central. O

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e cidadania, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora doutora da ESPM, coordenadora dos cursos de bacharelado e pós-graduação lato-sensu de Cinema e Audiovisual na unidade São Paulo e integrante do grupo CNPq de pesquisa Comunicação, Consumo e Arte. E-mail: gjordao@espm.br.

volume de informações, que intensifica e amplifica a contemporaneidade, beneficia, também, a interação entre diversificados fatores e, em consequência, põe em contato - e reivindica interlocução entre - distintos sistemas simbólicos, diferentes culturas, diferentes significados (GARCÍA CANCLINI, 2003; 2010).

Nosso interesse, para este artigo, é maior no significado da arte como mediadora da cultura, visto que é compreendida pelas políticas culturais no sentido restrito de manifestações que estimulam noções de civilização e de cultura em geral e percebida como a que favorece as relações interindividuais e sociais suportadas por um sistema de valores preestabelecido, como por exemplo, o capitalismo (TEIXEIRA COELHO, 2012, p. 56).

A produção artística é, há muito, utilizada como estratégia de comunicação. Assistiu à manutenção de poder - na Antiguidade Clássica (MARTIN, 2003) e na sociedade capitalista industrial (HORKHEIMER e ADORNO, 2002) – e, ainda hoje, pode ser pensada desta forma. Entretanto, é também na produção artística que verificamos experiências que indicam para a diversidade e, especialmente, para a colaboração entre diferentes culturas, entre distintos sistemas simbólicos. As atividades artísticas podem ser visualizadas e compreendidas como espaço dialógico entre produção e consumo, como um espaço público de atuação e manifestação popular (VASSALLO DE LOPES, 2010).

Por mais irônico que possa parecer a afirmação em um país como o nosso, dizemos que as artes são (ou deveriam ser) politicamente estabelecidas como instrumento de fomento da autonomia cidadã. Ainda, verificamos que, em conjunto com a educação, o esporte, o lazer, a saúde e o bem-estar social, formam as chamadas políticas sociais. No âmbito da administração política, são frequentemente utilizadas como instrumento de exercício da cidadania e, também, como veículo de mensagens de comunicação previamente estabelecidas (JORDÃO e ALLUCCI, 2012). O financiamento da produção e da difusão de eventos artísticos, aparelhos culturais e produtos resultantes da produção artística (como o cinema e a música, por exemplo) são, em muitos casos, propostos como parte integrante de uma política, nacional ou regional. Assim, instituem

um processo de gestão e promoção conjunta de políticas públicas de cultura, democráticas e permanentes, pactuadas entre os entes da Federação e a sociedade, tendo por objetivo promover o desenvolvimento humano, social e econômico com pleno exercício dos direitos culturais (BRASIL, 1988, art. 215 e 216-A).

Acreditamos que o desenvolvimento humano é condição para o desenvolvimento econômico (GARCÍA CANCLINI, 2009b; FURTADO e FURTADO, 2012) e, portanto, para que ambos aconteçam, as políticas sociais são ações necessárias. Uma plataforma de políticas sociais tende a gerar “um perfil de utilização do excedente gerado pelo sistema econômico mais condizente com os objetivos e aspirações da coletividade do que seria aquele produzido pelas forças do mercado” (FURTADO e FURTADO, 2012, p. 63). São estas proposições políticas que favorecem (ou deveriam favorecer) a diminuição das assimetrias socioeconômicas e têm tal ideia como desafio. “Existe uma problemática da desigualdade que se manifesta, sobretudo, como desigualdade socioeconômica. E existe uma problemática da diferença, visível principalmente nas práticas culturais” (GARCÍA CANCLINI, 2009b, p. 57).

A política cultural, que maneja o simbólico e as artes como instrumental, “consiste em um conjunto de medidas cujo objetivo central é contribuir para que o desenvolvimento assegure a progressiva realização das potencialidades dos membros da coletividade” (FURTADO e FURTADO, 2012, p. 64). Na cultura e nas artes, especialmente, a política “pressupõe um clima de liberdade e a existência de uma ação abrangente dos poderes públicos que dê prioridade ao social” (FURTADO e FURTADO, 2012, p. 64). Em um certo sentido, prevê-se que uma política cultural seja potente de forma a florescer as diferenças e minimizar as desigualdades³ socioeconômicas. E, neste caso, é no diálogo – na comunicação – que isso se manifesta; o intercâmbio entre culturas é requisito para essa política (TEIXEIRA COELHO, 2007).

Contudo, há dúvidas se as intervenções artísticas contemporâneas realizadas neste sentido – o de regulação política – são igualitárias o suficiente para que as diferentes culturas (da produção e da recepção) possam coexistir.

Na contemporaneidade, sistemas simbólicos e culturais – como o das artes e o do consumo, por exemplo – são ressignificados, estabelecidos como centrais nas malhas políticas, econômicas, sociais e consolidam-se como um importante meio para tradução de mensagens para a mediação social (YÚDICE, 2006; GARCÍA CANCLINI, 2010). Esta mediação, que põe em diálogo tais sistemas simbólicos e culturais, se dá na esfera

³ Não obstante, vale ponderarmos, que a noção de desigualdade pode ser um tanto abstrata e sem aprofundamento visto que, arriscamos em afirmar, os parâmetros para a igualdade são bastante imprecisos (DAVIS, 2017). Na visão da autora deste artigo, apoiada pelo pensamento de Angela Davis (2017), pressupor que já existe a igualdade e que pessoas precisam ser incluídas nela é o que impede de se discutir de fato uma solução para a questão. “Por que temos que pressupor que os modos existentes, os padrões existentes são aqueles aos quais devemos nos curvar?” (DAVIS, 2017).

pública, que a partir da sua dinâmica fornece-nos insumos para o entendimento da sociedade (ARENDETT, 2007; HABERMAS, 2014).

No entanto, a contemporaneidade cristalizou, também, o patrimonialismo na esfera pública brasileira – consequência de seu processo de formação histórica (DE HOLANDA *et al.*, 2009; DA SILVA, 2017; DOS SANTOS, 2017), visto que

Enraizado na cultura popular, o problema acabou extravasando os domínios do Estado e dos partidos políticos. Hoje, os sinais da cultura patrimonialista mostram-se cada vez mais visíveis nos sindicatos, associações, cooperativas, ONGs e outras instituições sociais que, embora possam ostentar estatutos com as mais nobres missões, acabam tendo um fim em si mesmo, e nas quais sempre é possível identificar grupos de comando que se assemelham mais a proprietários do que líderes (DA SILVA, 2017, p. 31).

Em consequência, essa característica traz como efeito uma percepção difusa sobre o que é a esfera pública no Brasil; o público não é claro aos olhos da população. É importante destacar que desde o capitalismo mercantil estabelecido no século XIII, a esfera privada⁴ instaurou-se conjuntamente nas cidades e no comércio, alargando a oposição entre o público e o privado e desaguando na perda do espaço de representatividade pública (HABERMAS, 2014).

Este espaço de representatividade pública, o espaço público, é também um espaço dialógico. “É no sistema de relações com o que lhe é externo, ou seja, com a alteridade, que a territorialidade pode ser definida. Ela está impregnada de laços de identidade, que tentam de alguma forma homogeneizar este território” (SERPA, 2017, p. 20). Entendemos, assim, o espaço público como o lugar de manifestação das diferentes identidades, de diálogo e da condição do existir. É no espaço público, portanto, que a diversidade se manifesta, que as culturas têm condição de coexistir.

Ao ponderarmos a ideia de que, nas sociedades modernas e contemporâneas, “a formação democrática da opinião tornou-se um instrumento para a promoção da igualdade social no sentido de maximizar a distribuição igual do produto social entre os indivíduos” (HABERMAS, 2014, p. 70), percebemos que a decisão coletiva sobre o bem comum distancia-se do modelo de diálogo e de alteridade, que propõe a individualidade e a autonomia do cidadão por meio da economia e a suposta igualdade de direitos, tudo estabelecido e regulado por um “plano político dos procedimentos democráticos para equilibrar poder e interesses.” (HABERMAS, 2014, p. 69).

⁴ Ideia trabalhada por Habermas como esfera da sociedade burguesa (HABERMAS, 2014).

A política não se realiza em nenhum indivíduo em particular, mas entre eles; verifica-se na comunicação, nos processos dialógicos entre os indivíduos e no espaço público (onde estes processos acontecem) sua possibilidade de ocorrência. Podemos traçar um cenário de dificuldades, como fez Arendt (2007), e perceber que o capitalismo impossibilita a existência da política e, conseqüentemente, do espaço público, uma vez que a condição para suas existências – a liberdade dos indivíduos – é oposta às leis que regem tal sistema econômico – a necessidade. Quando há necessidade, não há liberdade. Entretanto, ainda nos é possibilitado sermos esperançosos, também como Arendt (2007), e acreditarmos que, mesmo com uma estrutura que impossibilita o público, o novo pode surgir. E é nesta dualidade que estabelecemos um ponto importante para nosso raciocínio. Na era moderna e, com mais potência, na contemporaneidade, o interesse particular levantou-se em oposição ao público, transformou-se em virtude e em norma ética e estabeleceu condições para que este lugar entre indivíduos – que permite a comunicação e a pluralidade – fosse se perdendo (ALDÉ, 1995; ADORNO *et al.*, 1999; SENNETT, 2015). Quando há esta minoração de entendimento da ideia de público e, conseqüentemente da compreensão do que é um espaço público, não há mais a condição de convivência, de interlocução e, portanto, a violência (supremacia de um indivíduo sobre o outro) assenta-se como alternativa à ausência de espaço compartilhado (ARENDRT, 2007; LEFEBVRE, 2011). A cidade, portanto, como morada do espaço público que é, também se rende à esta situação.

Estruturalmente, no capitalismo, a política deixa de ser a gerência do bem comum para se tornar a administração das necessidades dos indivíduos. Ou seja, política e espaço público são apropriados por técnicas privadas de administração da vida do indivíduo, destituindo o ator político de sua capacidade de atuar politicamente. Entretanto, é neste momento em que verificamos o surgimento de movimentos de indivíduos requerendo espaços para a existência de suas identidades; movimentos em que solicitam, apenas, a condição de existir publicamente. Essa requisição acontece de diversas formas, mas ganha muita força quando realizada por meio da manifestação em locais visíveis. E a correlação entre “visibilidade” e “espaço público” tem se edificado na contemporaneidade:

Nas grandes cidades do Brasil e do mundo ocidental, a palavra de ordem é investir em espaços públicos “visíveis”, sobretudo os espaços centrais e turísticos, graças às parcerias entre os poderes públicos e as empresas privadas. Estes projetos sugerem uma ligação clara entre “visibilidade” e espaço público. Eles comprovam também o gosto pelo gigantismo e pelo “grande espetáculo” em matéria de arquitetura e urbanismo. De uma forma deliberada, os novos parques públicos se abrem mais para o “mundo urbano exterior” e se inscrevem

num contexto geral de “visibilidade completa” e espetacular. (...) os novos parques tornam-se importante instrumento de valorização fundiária (SERPA, 2017, p. 26).

É neste cenário que se desdobra o juízo social sobre os espaços públicos. Se a imprecisão do entendimento sobre o que é público e o que é privado é estrutural na sociedade brasileira, podemos inferir que a assimilação sobre o que é o espaço público segue o mesmo caminho; a população não o percebe como dela e, portanto, o abandona (JACQUES, 2003; WISNIK, 2015). Para Serpa (2008, p. 20-21), a privatização do espaço público na contemporaneidade acontece pela dependência que as identidades sociais tem do capital escolar e dos modos de consumo, fazendo com que a acessibilidade ao espaço seja simbólica e hierárquica, transformando-os em meios de controle social.

Ainda assim, mesmo diante desse encolhimento do público em detrimento do privado, o papel do espaço público na contemporaneidade é por nós, em nossa pesquisa, entendido com destaque como o lugar da mediação social, o espaço da realização da coletividade, da ação política e do assunto público (ARENDDT, 2007), do agir comunicacional (HABERMAS, 2014); é o território de coexistência das culturas e, conseqüentemente, do conflito (LEFEBVRE, 2011), da manifestação dos interesses da sociedade, das identidades e, assim, da proposição de soluções (WISNIK, 2015) e do consumo simbólico.

Nesta perspectiva, inquieta-nos a ideia de que na contemporaneidade o agir político não possa ter espaço para o conflito – já que não permite que a diversidade ocorra – e, em decorrência, para as soluções mais plurais e coletivas; inquieta-nos a percepção de que a pluralidade é uma ideia produzida sem condição de aplicação. Se para que ela aconteça o espaço de comunicação precisa acontecer, - e aqui verificamos o problema que direciona os esforços desta pesquisa – *como podemos, na perspectiva de produção, colocar em diálogo culturas distintas sem que os processos sejam estabelecidos de forma intervencionista e, conseqüentemente, assimétrica, privilegiando apenas os códigos daquela que desfruta de posição dominante?*

Acreditamos, como hipótese, que *as artes fornecem condições para que este diálogo aconteça. Mais, sugerimos que são as propostas de atividades artísticas em espaços públicos que nos trazem a possibilidade de favorecer o diálogo por meio do consumo, da apropriação destas atividades.* Ou seja, defendemos aqui, nesta pesquisa, a ideia de que *a supremacia de um indivíduo sobre outro, a violência* (ARENDDT, 2007),

não acontece em ambientes apropriados pelo coletivo por serem, tais ambientes, diversos. Entendemos (de forma semelhante ao processo proposto por Henri Lefebvre, a transdução⁵), então, que podemos mobilizar essa apropriação a partir de uma política de artes orientada para a comunicação e o consumo, para o favorecimento da dialogia entre produção e recepção, desde que consideremos a vocação da cidade com a qual pretendemos interagir. De certo modo, quando pensamos desta maneira, fortificamos a ideia proposta por Lefebvre (2011, p. 128) de que “cada tipo urbano propôs e realizou uma centralidade específica” a partir de seus modos de produção, que se verificam

seja na sua materialidade exemplificada nos instrumentos de toda espécie, que permitem ao homem modificar seu ambiente físico, seja na imaterialidade demonstrada na produção simbólica que permeia e produz sentidos em todos os aspectos de sua vida, cotidianamente (CORRÊA, 2008, p. 117).

Assim sendo, nossos objetivos delineiam-se no intuito de compreender a atuação de intervenções artísticas no espaço público na geração (ou não) de diálogo e colaboração entre produção e consumo e, por consequência, na apropriação do espaço público.

Evidente está, até pelo construído em nossa problematização até o momento, que para observar o processo dialógico entre produção e consumo, devemos estabelecer os elementos que os caracterizam na contemporaneidade. Assim, cientes de que nas ciências sociais aplicadas a constante é a mudança, indicamos que *caracterizar o espaço público a partir de experiências contemporâneas, especialmente desde a perspectiva de comunicação e consumo*, é um objetivo específico e teórico que deve ser cumprido nesta observação.

Concebendo também o espaço público como o ambiente do agir comunicacional e, portanto, como estruturante em nosso pensamento, como outro objetivo específico emerge a necessidade de questionarmos sobre *quais as possibilidades de sentidos que podem ser asilados por eventos culturais e, também, partilhados entre seus participantes*. Neste sentido, imbricado a esta visão e extremamente necessário para seguirmos, *construir a noção de cultura para esta observação bem como localizar nosso lugar*

⁵ Na ideia proposta por Henri Lefebvre (2011, p. 109), transdução é o raciocínio metodológico que “elabora e constrói um objeto teórico, um objeto *possível*, e isto a partir de informações que incidem sobre a realidade, bem como a partir de uma problemática levantada por essa realidade. (...) E a introduz o rigor na invenção e o conhecimento na utopia.” A proposição, portanto, constrói um objeto virtual exequível a partir da experiência vivida.

epistemológico de observação favorecerá nossa perspectiva e, portanto, tratamos também como finalidade específica de nossa construção.

Em tempo, esperamos que nossa observação nos encaminhe para a *reflexão de uma ação política por meio da comunicação, do consumo e das artes para favorecer o uso social dos espaços públicos* e, assim, proporcionar mínimas condições para o diálogo entre culturas e, conseqüentemente, o amparo à diversidade.

Em uma concepção *habermasiana*, para responder ao nosso problema, o caminho “baseia-se na mobilização política e no aproveitamento da força produtiva da comunicação” (HABERMAS, 2014, p. 72).

Assim, nossos pressupostos inspiram-se prioritariamente na ação política, coletiva por natureza, e no agir comunicativo. Entendemos que *se há o diálogo de fato, há a coexistência da diversidade*. De mesma forma e tão importante quanto, *para a coletividade manifestar-se é premissa que haja uma organização coletiva e, portanto, com valores partilhados*. Importante destacar que, em nossa percepção, *não há como haver diálogo a partir de posições assimétricas estabelecidas*. Por este motivo, entendemos que *a não participação dos indivíduos em qualquer organização ou atividade artística estabelece um ‘não-diálogo’, passa a ser uma imposição, mesmo que maquiada de benefício para a sociedade*. Distinguimos que *o espaço público é onde tais diálogos podem acontecer e, por tal motivo, pressupomos que quanto mais o espaço público tem uso social, mais favorável ele é para a coexistência cultural*. Por fim, colocamos em relevo que *as atividades culturais, se previstas como territórios de diálogo, são excelentes instrumentos para favorecer a ação política e o intercâmbio entre culturas*.

Neste sentido, verificamos muitas proposições de intervenções artísticas que desconsideram esse lugar de participação. A lógica da espetacularização da sociedade, proposta por Debord (2005), é a que percebemos nesses eventos.

A FLIP (Festa Literária Internacional de Paraty), por exemplo, não é frequentada pela população local. É um evento financiado por patrocinadores da iniciativa privada por meio de leis de incentivo à cultura e, portanto, com dinheiro público. Disponibiliza ingressos cobrados a preços, muitas vezes, acima dos chamados populares (BRASIL,

2012, art. 8º)⁶ 7. Por mais que haja uma programação paralela no restante do ano para a população, promovida pela organização da feira, o evento de destaque não contempla a participação local e é entendido como elitizado pela população local (ANGIOLILLO, 2017).

A figura 1 retrata a bilheteria da Festa, ao centro da foto, a entrada de credenciados e preferenciais, à esquerda na imagem, e a entrada do público, à direita.

Figura 1 - Bilheteria da FLIP (Festa Literária Internacional de Paraty)



Fonte: Foto de Andre Conti (2017). Retirada do site do evento, em novembro de 2017.

Tal situação rendeu alguns eventos paralelos ao oficial. Como exemplo, podemos citar a *Off FLIP* e o movimento *Parati Ocupa Paraty*.

A *Off FLIP* nasceu, segundo matéria de 2015, coletada no jornal local ParatyOnline⁸, com o intuito de valorizar artistas locais e regionais não contemplados pela FLIP. Já o movimento “Parati ocupa Paraty”, apesar de nascer em resposta à FLIP e pela oportunidade por ela gerada, tem a intenção de ser perene e extrapolar os limites da maior festa da cidade. O movimento apresenta-se como uma feira de economia solidária que pretende “ocupar os grandes eventos que acontecem no Centro Histórico, promovendo a integração da população ‘que mora longe’ às oportunidades geradas pelo

⁶ Consideramos, aqui, como referência, o preço estabelecido pelo Ministério da Cultura como popular. Esse valor é regulamentado pela instrução normativa (IN) nº 1/2013. O valor definido como teto para se entender como popular é o do Vale-Cultura, estabelecido em R\$ 50,00 (cinquenta reais) pela lei 12.761/2012. Na IN 5 de 26 de dezembro de 2017, o valor foi estabelecido em R\$ 75,00 (setenta e cinco reais) para, pelo menos, 20% dos ingressos das produções financiadas com a Lei Rouanet. O valor de face do vale-cultura continua em R\$ 50,00 (cinquenta reais).

⁷ O valor estabelecido como acessível (preço popular) pelo Ministério da Cultura, na IN 5/2017, é equivalente a 7,9% de um salário mínimo em 2018 (BRASIL, 2017b).

⁸ <http://www.paratyonline.com/jornal/2015/07/programacao-xi-curto-circuito-off-flip-2015/>

mercado turístico (...) e também itinerar pelas comunidades, levando cultura e reflexão conceitual onde não costuma chegar” (Parati ocupa Paraty, 2017) ⁹. A I Feira de Economia Solidária de Paraty é um movimento da população local de ocupação do espaço público da cidade pelo uso. A brincadeira do nome Parati com “i” ocupa Paraty com “y” é explicada pelos integrantes do movimento como o povo (da Parati com “i”) ocupa a cidade musealizada, o centro histórico e não habitado da Paraty com “y”.

Uma das participantes, Clara Melo explica o nome. Pesquisando observa-se que o nome de Paraty com "y" é usado de forma comercial, enquanto que Parati é o nome usado de forma oficial até mesmo pelos Correios. Então há duas Parati(y)s e é isso que queremos mostrar. A real Parati ocupando a Paraty comercializada (NOGUEIRA, 2017).

Figura 2 - Programação do primeiro Parati ocupa Paraty, durante a FLIP 2017



Fonte: retirado da página de Facebook do movimento (Parati ocupa Paraty, 2017).

A ocupação do espaço público acontece exatamente pela apresentação de signos da cultura local, como podemos verificar na programação disponibilizada na figura 2. Temos, em ambos os casos, exemplos de mobilização política e de aproveitamento da força produtiva da comunicação (HABERMAS, 2014).

A mesma lógica de espetacularização é apresentada na apropriação das festas populares por parte de agentes do poder público e da iniciativa privada com a intenção de promover o turismo em determinado pólo, cidade ou estado. “Na segunda metade do

⁹ Trecho retirado do facebook do movimento Parati ocupa Paraty, em agosto de 2017. Disponível em https://www.facebook.com/pg/ocupaparaty/about/?ref=page_internal

século XX, passou-se a enxergar as festas populares como um vetor turístico” (CASTRO, 2012, p. 22). O carnaval em todo o país, as festas religiosas como o Círio de Nazaré (JUNQUEIRA, 2009), por exemplo, e as festas juninas (CASTRO, 2012), especialmente no Nordeste, são retratos dessa lógica. Essa série de práticas, “antes relacionada à dimensão comunitária e às festas na casa de familiares e amigos, ampliou-se e se tornou mais complexa, envolvendo diversos agentes e espaços” (CASTRO, 2012, p. 22), que utilizam as narrativas destes eventos para promover seus interesses, sejam eles políticos, comerciais ou mesmo pessoais.

Figura 3 - Pacotes turísticos para o Círio de Nazaré (PA)



Fonte: sites da operadora Valverde (Valverde Turismo, 2017) e do Hotel Bristol (Bristol Hotéis & Resorts, 2017).

Na figura 3, para exemplificar, podemos verificar dois pacotes turísticos oferecidos por agentes da rede turística paraense.

Figura 4 – Algumas narrativas do São João no Nordeste



Fonte: Na ordem de aparição, no sentido horário, São João da Barra (Começa hoje dia 19 a Festa de São João em Malhadinha, 2017); Jequié (Prefeitura de Jequié abre os festejos juninos com a Vila Junina, 2017); Campina Grande (Sky apoia tradicionais festas de São João no Nordeste, 2017) e Caruaru (Caruaru: Prefeitura faz esclarecimentos sobre chamamento público para patrocínio de São João 2017, 2017).

Na figura 4, temos exemplos das festas juninas no Nordeste, conhecidas como São João. Na escolha de imagens foram consideradas duas grandes festas, com projeção nacional (Campina Grande e Caruaru) e duas festas pequenas, conhecidas regionalmente. Observando as imagens em sentido horário, podemos verificar na primeira imagem, de São João da Barra, o cartaz de programação da festa de 2017. Percebemos que, além da programação, assinam como patrocinadores os comerciantes locais e, como apoiadores, além da prefeitura e órgãos regionais, os políticos da cidade. Notamos na segunda imagem, com a programação da festa da cidade de Jequié, a presença de uma grande marca de cerveja (Devassa, da fabricante Brasil Kirin) como patrocinadora, com aplicação de sua logotipia em destaque, com maior tamanho e posição privilegiada do material do que a própria programação a qual se presta o cartaz. Na terceira (Campina Grande) e na quarta (Caruaru) fotografias, verificamos as marcas na arena do evento, oferecendo programações exclusivas em seus espaços, como verificamos a Sky em Campina Grande, e balões da Pepsico, Skol e marcas regionais, em Caruaru. Em todas as imagens apresentadas, ficam evidenciadas as apropriações das festas, coletivas em sua substância, para a construção de narrativas privadas.

Nos exemplos aqui explorados, constatamos tanto o caminho da inserção da narrativa privada em um evento coletivo (as práticas festivas exemplificadas), bem como seu inverso, a narrativa coletiva justapondo-se à privada (FLIP). Em todos os casos, essas narrativas acontecem no espaço público. Contudo, não podemos dizer que, só por ocorrer no que se denomina – institucionalmente – espaço público, há a coexistência de diferentes

culturas de maneira simétrica. Aliás, no primeiro exemplo abordado, a FLIP, apreendemos o oposto; a coletividade questiona e solicita seu lugar no espaço ocupado pela festa, antes público, agora privatizado. Tais evidências nos fazem acreditar que a mobilização popular é a saída para a ressignificação do que compreendemos por espaço público e por coletividade (JACQUES, 2003; HABERMAS, 2014; WISNIK, 2015).

A crença na participação popular como solução para este problema nos coloca frente a um movimento político e artístico (do qual Debord era participante) estabelecido há mais de meio século como prisma inicial para o entendimento do proposto: a Internacional Situacionista (IS).

A Internacional Situacionista (IS) – grupo de artistas, pensadores e ativistas lutava contra o espetáculo, a cultura espetacular e a espetacularização em geral, ou seja, contra a não-participação, a alienação e a passividade da sociedade. O principal antídoto contra o espetáculo seria seu oposto: a participação ativa dos indivíduos em todos os campos da vida social, principalmente no da cultura (JACQUES, 2003, p. 13).

Este movimento, que estabelece o “meio urbano como terreno de ação, de produção de novas formas de intervenção e de luta contra a monotonia, ou ausência de paixão, da vida cotidiana moderna” (JACQUES, 2003, p. 13), prega que a participação popular só pode acontecer quando os cidadãos estão envolvidos na construção de seus espaços de comunicação, de seus espaços públicos. No entanto, é indiscutível o abandono ou a privatização destes espaços, conferindo um ambiente de dominação e dependência direta do Estado pelos cidadãos, tornando-os meros figurantes na construção política do país, da cidade.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, T. et al. **Um mapa da ideologia**. Slavoj Žižek (org.). Rio de Janeiro: Contraponto, 1999.
- ALDÉ, A. Individualismo em Marx e Tocqueville. **Cadernos de Sociologia e Política** v. 1, p. 35-40, nov 1995.
- ANGIOLILLO, F. 'Festa elitizada', Flip abraça a economia solidária da Parati com i. São Paulo: Grupo Folha, 2017. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/07/1905033-festa-elitizada-flip-abraca-a-economia-solidaria-da-parati-com-i.shtml>. Acesso em: agosto de 2017.
- ARENDT, H. **A condição humana**. São Paulo: Forense Universitária, 2007.
- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília: Presidência da República: Casa Civil, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: julho de 2017.
- _____. **Lei nº 12.761, de 27 de dezembro de 2012**. Brasília: Presidência da República: Casa Civil, 2012. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2012/Lei/L12761.htm. Acesso em: dezembro de 2017.

- _____. **Instrução Normativa nº 1/2013 - MinC.** Brasília: Ministério da Cultura, 2013. Disponível em: http://www.cultura.gov.br/leis/-/asset_publisher/aQ2oBvSJ2nH4/content/instrucao-normativa-n%C2%BA-1-2013-minc/10937. Acesso em: outubro de 2017.
- _____. **Instrução normativa 5, de 26 de dezembro de 2017.** Brasília: Ministério da Cultura, 2017a. Disponível em: <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=27/12/2017&jornal=515&pagina=20&totalArquivos=212>. Acesso em:
- _____. Salário mínimo sobe para R\$ 954 a partir de 1º de janeiro. Brasília: Portal Planalto, 2017b. Disponível em: <http://www2.planalto.gov.br/acompanhe-planalto/noticias/2017/12/salario-minimo-sobe-para-r-954-a-partir-de-1-de-janeiro>. Acesso em: janeiro de 2018.
- Bristol Hotéis & Resorts. Belém: Bristol Hotel, 2017. Disponível em: <http://www.bristolhoteis.com.br/promocao-hoteis,ciriodenazare>. Acesso em: novembro de 2017.
- Caruaru: Prefeitura faz esclarecimentos sobre chamamento público para patrocínio de São João 2017. Caruaru: Destilandovenenosite, 2017. Disponível em: <https://destilandovenenosite.wordpress.com/2017/04/29/caruaru-prefeitura-faz-esclarecimentos-sobre-chamamento-publico-para-patrocínio-de-sao-joao-2017/>. Acesso em: julho de 2017.
- CASTRO, J. R. B. D. **Da casa à praça pública: a espetacularização das festas juninas no espaço urbano.** Salvador: EDUFBA, 2012.
- Começa hoje dia 19 a Festa de São João em Malhadinha. Barra de Santana: Barra de Santana é Notícia, 2017. Disponível em: <https://barradesantanaenoticia.blogspot.com.br/2017/06/comeca-hoje-festa-de-sao-joao-em.html>. Acesso em: julho de 2017.
- CONTI, A. Bilheteria FLIP. Paraty: FLIP, 2017. Disponível em: <http://flip.org.br/a-flip/sobre/flip-em-numeros>. Acesso em: novembro de 2017.
- CORREIA, A. D. M. Espacialidades do sagrado: a disputa pelo sentido do ato de festejar da Boa Morte e a semiografia do território encarnador da prática cultural afro-brasileira. In: Angelo Serpa (org.). **Espaços culturais - Vivências, imaginações e representações.** Salvador: EDUFBA, 2008. p.116-130.
- DA SILVA, J. M. A. Administração pública e cultura patrimonialista. **Práticas de administração pública**, v. 1, n. 1, p. 25-41, 2017.
- DAVIS, A. **On Inequality.** Okland: Okland Book Festival 2017. Disponível em <https://vimeo.com/224849139>. Acesso em novembro de 2017.
- DE HOLANDA, S. B.; EULÁLIO, A.; RIBEIRO, L. G. **Raízes do Brasil.** 26ª edição. São Paulo: Companhia das Letras São Paulo, 2009.
- DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo.** Lisboa: Edições Antipáticas, 2005.
- DOS SANTOS, D. M. Patrimonialismo e os limites entre público e privado no Brasil sob a ótica de Raymundo Faoro e Oliveira Viana. **Habitus**, v. 14, n. nº 2, 2017.
- FURTADO, C.; FURTADO, R. F. D. A. **Ensaio sobre cultura eo Ministério da Cultura.** Centro Internacional Celso Furtado de Políticas para o Desenvolvimento, 2012.
- GARCÍA CANCLINI, N. **Culturas híbridas, poderes oblíquos.** 4ª edição. São Paulo: EDUSP, 2003.
- _____. **Consumo, acesso e sociabilidade.** Comunicação, Mídia e Consumo. São Paulo: 2009a. Vol. 6, nº 16, p. 111-127. Disponível em: Acesso em:
- _____. **Diferentes, desiguais e desconectados.** Rio de Janeiro: UFRJ, 2009b.
- _____. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização.** Maurício Santana Dias. 8ª edição - 1ª reimpressão. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.
- HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa.** Denilson Luís Werle. São Paulo: 2014.
- HARVEY, D. et al. **Occupy: movimentos de protesto que tomaram as ruas.** Boitempo Editorial, 2015.
- HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas. In: (org.). **Teoria da cultura de massa.** São Paulo: Paz e Terra, 2002. p.p. 169 a 214.

- JACQUES, P. B., (org.). **Apologia da deriva: escritos situacionistas sobre a cidade.** . Rio de Janeiro: Casa da Palavraed. 2003.
- JORDÃO, G.; ALLUCCI, R. R. **Panorama Setorial da Cultura Brasileira 2011|2012.** São Paulo: Allucci & Associados, 2012.
- JUNQUEIRA, A. H. **Comunicação, recepção e consumo: construção de sentidos na arena do popular. A berlinda do Círio de Nazaré como suporte midiático.** (Mestrado). PPGCOM - ESPM/SP. São Paulo: ESPM, 2009.
- LEFEBVRE, H. **O direito à cidade.** São Paulo: Centauro Editora, 2011.
- MARTIN, J. J. **The Renaissance: Italy and abroad. Rewriting histories.** New York: Routledge, 2003.
- NOGUEIRA, G. Feira de economia solidária com produtores locais é destaque em Paraty: "Parati ocupa Paraty" se destaca pelo engajamento dos moradores. Volta Redonda: Guia Sul Fluminense, 2017. Disponível em: <http://www.guiasulfluminense.com.br/index.php/noticias/84-feira-de-economia-solidaria-com-produtores-locais-e-destaque-em-paraty>. Acesso em: novembro de 2017.
- Parati ocupa Paraty. Paraty: Facebook, 2017. Disponível em: https://www.facebook.com/pg/ocupaparaty/about/?ref=page_internal. Acesso em: agosto de 2017.
- ParatyOnLine. Paraty: 2015. Disponível em: <http://www.paratyonline.com/jornal/2015/07/programacao-xi-curto-circuito-off-flip-2015/>. Acesso em: junho de 2016.
- Prefeitura de Jequié abre os festejos juninos com a Vila Junina. Jequié: Prefeitura de Jequié, 2017. Disponível em: <http://www.jequie.ba.gov.br/wp-content/uploads/2017/06/13-06-2017-prefeitura-de-jequie-abre-os-festejos-juninos-com-a-vila-junina-1.jpeg>. Acesso em: julho de 2017.
- SENNETT, R. **O declínio do homem público: as tiranias da intimidade.** Tradução De Lygia Araujo Watanabe. Rio de Janeiro: Editora Record, 2015.
- SERPA, A., (org.). **Espaços culturais: vivências, imaginações e representações.** Salvador: EDUFBAed. 2008.
- _____. **O espaço público na cidade contemporânea.** São Paulo: Contexto, 2017.
- Sky apoia tradicionais festas de São João no Nordeste. São Paulo: Propmark, 2017. Disponível em: <http://propmark.com.br/anunciantes/sky-apoia-tradicionais-festas-de-sao-joao-no-nordeste>. Acesso em: julho de 2017.
- TEIXEIRA COELHO, J. **Política cultural em nova chave.** Revista Observatório Itaú Cultural - Valores para uma política cultural. São Paulo: 2007. Vol. nº 3, p. 9-21. Disponível em: Acesso em:
- _____. **Dicionário crítico de política cultural: cultura e imaginário.** 2ª edição revisada. São Paulo: FAPESP/Iluminuras, 2012.
- Valverde Turismo. Belém: Valverde Turismo, 2017. Disponível em: <http://www.valeverdeturismo.com.br/produto/5626/21/10446/cirio-2018>. Acesso em: novembro de 2017.
- VASSALLO DE LOPES, M. I. **Pesquisa em comunicação.** 11ª edição. São Paulo: Edições Loyola, 2010.
- WISNIK, G. **Palestra Espaço Público e Ativismo.** São Paulo: Red Bull Station, 2015. Disponível em <http://www.redbullstation.com.br/palestra-na-integra-espaco-publico-e-ativismo-com-guilherme-wisnik/>. Acesso em julho de 2017.
- YÚDICE, G. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global.** Marie-Anne Kremer. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2006.