

Tradição, fetichismo e afetividade globalizada nas festas populares brasileiras

Analía Soria Batista¹

Resenha do livro

FARIAS, Edson. *Ócio e Negócio. Festas Populares e Entretenimento-Turismo no Brasil*. Curitiba: Editoras Appris, 2011

O livro do autor Edson Farias, *Ócio e Negócio. Festas Populares e Entretenimento-Turismo no Brasil*, Editoras Appris, 2011, analisa festas populares brasileiras no marco do capitalismo da flexibilidade e da informação. Esse “novo” capitalismo exacerba as interdependências entre trabalhos e trabalhadores formais e informais, legais e ilegais nos fluxos da produção e do consumo do setor dos serviços em expansão. O ponto de partida é a problematização das limitações e engodos colocados pela dicotomia analítica tradição *versus* modernidade nas análises sobre o Brasil ou de outros países da região latino-americana, debate que conduz o autor à construção de uma mediação que contribui para dissolução desse binarismo entronizado, a partir da abordagem empírica e analítica do processo de reinvenção das tradições ou de sua mercantilização, pelo novo capitalismo, nas festas populares brasileiras. A análise do autor permite vaga lembrança das ideias cepalinas sobre a heterogeneidade estrutural da economia latino-americana, construída essa, nas interdependências entre os setores considerados atrasados e o dinamismo industrializador, perspectiva que contestava as visões eurocêntricas sobre um futuro regional desenhado pela esperança

1 Departamento e Programa de Pós-Graduação em Sociologia – Universidade de Brasília - UnB - Brasília – Brasil - trrabs26@terra.com.br

da absorção do atrasado/tradicional pelo ímpeto modernizador. No entanto, o novo capitalismo que emoldura a análise do autor expressa seu dinamismo no setor dos serviços tirando do estigma do atraso à produção e o consumo do imaterial da cultura popular tradicional.

O processo de reinvenção e mercantilização da tradição festiva popular revela interdependências entre os fluxos da produção e do consumo potencializadores das funcionalidades entre espaços de emprego e trabalho flexível, transversalizados por relações sociais racionalizadas e/ou personalistas, tidas estas últimas como vigorosa relíquia da tradição.

Destaco aqui a singularidade na abordagem do autor que constrói essas evidências no entrecruzamento das esferas econômica, cultural e política.

A discussão sobre tradição e modernidade na região, no bojo do novo capitalismo, bifurca-se no jogo de uma oposição aparente entre o que autor denomina ÓCIO e NEGÓCIO. O ócio como superfície de registro do desejo, na medida das disposições excessivas que pré-anunciam o negócio como dinâmica de des-territorialização/territorialização, decodificação/codificação, produção do desejo e de seu limite. O ócio recebe o registro do divertimento, do lúdico, alegre, do êxtase, a reboque da persecução do sublime, exacerbado pela reinvenção da tradição nas festas populares mercantilizadas. É desse modo que o ócio ingressa na dinâmica mercantil, ao receber, por conta do excesso disposicional que denuncia, o dom dos “consumidores do ócio”, na sociedade dos consumidores. Assim, o ócio é configurado pelas festas populares, identificadas, cada vez mais, com o que é abraçado como entretenimento. O autor analisa três festas populares: o carnaval da Bahia, o São João de Caruaru e o Boi-Bumbá de Parintins. A análise de festas localizadas geograficamente em regiões diferentes do país aponta para a decodificação do instituído como tradições da cultura popular, ao construir/revelar as tramas políticas, econômicas e culturais que em suas interdependências moldam e emolduram o que é nomeado como tradição, isto é, a preservação e a reinvenção de um passado que se derrama na perenidade do presente. Apreendemos assim, a processualidade inscrita em percursos ditados pelas interdependências historicamente construídas e recriadas entre o foro íntimo de expressão das manifestações populares, nas residências das famílias extensas, por exemplo, no ambiente rarefeito dos afetos relativos às relações do poder clientelista e a explosão da espetacularização da tradição reinventada no âmago de sua mercantilização, onde se misturam burocracia e patrimonialismo nas relações que se tecem entre o Estado e o setor empresarial.

O fetichismo na reinvenção da tradição, do encurralamento do passado em um presente prometeico é revelado, no livro, pela minuciosidade do autor na

reconstrução das figurações que permitem a interpelação de diversos grupos, metamorfoseados em poderes e hierarquias dinamizados nas interdependências que condensam e deslocam as relações complexas entre o político, o econômico e o social na sociedade dos consumidores. A mercadoria que é ofertada sob o envelope da tradição reinventada, acaba sendo consumida no jogo do particular/diferenciado/universalizado. De fato, por exemplo, trios elétricos que caracterizam o carnaval baiano também estão presentes em outras festas, tencionando a defesa das particularidades regionais. A universalização da mercadoria instituída como tradição reinventada diz respeito à mercantilização do divertimento/ espetáculo com suas roupagens lúdicas, da dança jocosa e/ou sensual e erótica, na profusão das cores, sons, cheiros e abundância de comidas e bebidas. A mercantilização da intimidade historicamente construída, no limite de sua dissolução na homogeneidade do *pop*, por conta dos esforços dirigidos a sua espetacularização nos interlúdios das festas populares, interpela o outro, o turista, o gringo, o de fora. Esse outro é o incomensurável e diverso, moldado e emoldurado pelas disposições globalizadas, pelas interdependências multiplicadas *ad infinitum* nas tecnologias comunicacionais. Assim, os conflitos e as negociações em torno dos limites da reinvenção das tradições nas festas populares descortinam o que está em jogo da perspectiva da defesa do particularismo regional e do negócio, isto é, da espetacularização da tradição como *leitmotiv* da mobilização nos outros da alegria festiva, na esteira deslumbrante de um *habitus* juvenil globalizado.

Boa leitura, boa festa.

Recebido em: 20/11/2011

Aceito em: 06/02/2012

Como citar esta resenha:

BATISTA, Analía Soria. Tradição, fetichismo e afetividade globalizada nas festas populares brasileiras. *Contemporânea – Revista de Sociologia da UFSCar*. São Carlos, v. 2, n. 1, jan-jun 2012, pp. 265-267.