

NOVAS FESTAS, NOVOS LUGARES, NOVAS ESPACIALIDADES. PARA UMA GEOGRAFIA DOS EVENTOS FESTIVOS EM PARIS*

MARIA GRAVARI-BARBAS

Université Paris 1 (Panthéon-Sorbonne)

maria.gravari-barbas@wanadoo.fr

INTRODUÇÃO

A festa na cidade não é em si um objeto novo; estamos sempre nos divertindo, desde sempre organizamos festas e festividades nas cidades. A integração da festa, dos eventos extraordinários e do espetáculo ao desenvolvimento urbano não é um fenômeno exclusivo do consumo capitalista, mas precede a ascensão do capitalismo industrial (FAINSTAIN, 1998, 2001). O espetáculo, o simulacro, sempre foram importantes características da vida urbana (RAFFESTIN, 1998; GIBSON, 2005).

Um conjunto de fatores incita, todavia, a pensar que os eventos festivos organizados na cidade contemporânea – por sua natureza, seus objetivos e as práticas que eles induzem – se posicionam como mediadores suscetíveis de contribuir para o conhecimento do urbano neste começo do século XXI.

É inicialmente a natureza dos eventos festivos que muda: os eventos festivos urbanos contemporâneos não recuperam mais categorias de festas previamente estabelecidas. Eles não recuperam nem as festas calendários, nem as festas patronais, nem as festas comemorativas, as três categorias frequentemente distinguidas (DI MÉO, 2001, p. 4-6) nas quais poderíamos classificar com relativa facilidade as festas, as urbanas aí compreendidas, até as últimas décadas do século XX. Pareceria, ao contrário, que os eventos festivos contemporâneos rompem com o sentido das festas mais “tradicionais”; eles emergem, aliás, no momento em que estas vivem a experiência de uma desafetação certa (HARTOG, citado em GUERRIN e LE ROUX, 2004).

* Traduzido do francês por Rafael Faleiros de Padua. Revisão da tradução: Paul Claval.

A festa contemporânea tende a se dissolver na vida cotidiana, e o festivo a impregnar qualquer lugar, em qualquer momento. Esta generalização festiva toma o sentido mesmo e a expressão da experiência festiva, cada vez mais instrumentalizada por diversos atores, por razões que tocam a economia, a imagem e o *marketing* urbanos, o turismo.

Os novos rituais festivos tomam formas diversas e avançam sobre diferentes lugares e espaços. Pode tratar-se tanto de *raves* quanto de festivais organizados no campo. Mas é essencialmente nos espaços urbanos que a maioria acontece. Na verdade, o festivo foi, no curso das três últimas décadas, uma das mais potentes “máquinas” de produção de espaços especializados, criados para o consumo do prazer; uma grande parte dos espaços urbanos foi, com efeito, produzida para satisfazer as necessidades ligadas à economia simbólica (cultura, lazeres, turismo) na qual o festivo desempenha um papel maior. Eles desempenharam o papel de projetos ou de eventos “locomotiva” na transição da cidade industrial para a cidade pós-industrial e na requalificação de zonas urbanas ou periurbanas (GRAVARI-BARBAS, 2009).

Os fatos festivos e os espaços que eles geram, representam, nesse sentido, um novo objeto geográfico; assim, partindo da constatação destas evoluções, consideramos a festa urbana contemporânea e os espaços que ela gera ou que ela contribui a modificar, como um objeto geográfico suscetível de contribuir para a compreensão da maneira de fazer e de viver a cidade contemporânea.

O espaço festivo de Paris, exemplo emblemático de grande metrópole ocidental buscando se (re)posicionar na economia simbólica, na qual o festivo desempenha nos nossos dias um papel maior, ilustrará as questões levantadas.

O FESTIVO, UM NOVO OBJETO PARA A GEOGRAFIA URBANA?

Nós apoiaremos nossa análise em uma constatação tripla: esta reconhece o fato que o significado da festa muda na sociedade; que as lógicas produtivas não constituem mais a única entrada maior para a compreensão do fato urbano; que a maneira na qual a festa é consumida pelas populações urbanas hoje se reveste de novos sentidos e significações.

O significado de festa urbana na cidade pós-industrial: em direção à cidade “hiperfestiva”?

Até 1968, a festa se manifesta pouco. Vem então a sedição, como uma imensa recreação. Tudo parece pretexto para sair à rua: sons e luzes, fogos de artifício, festas contestatórias contra os promotores ou pelos Lip, festas classes contra classes, festas de l’Huma¹ e do 1º de Maio, dos bombeiros e dos donos de cafés, trevas dos confeiteiros, São Valentim, São Nicolau, São Patrício, Halloween, festas com toques de sinos e da música. Pop, folk, rave, pop-corn e ecstasy... Mesmo se descontrações, desregramentos e desmedidas, quebradeiras e violações são produzidas às vezes, quem ousaria sustentar que as festas atuais são uma transferência daquelas de outrora? (SAUVAGE, 2003, p. 39).

Desde os anos 1970 os ingredientes constitutivos da sociedade qualificada de “pós-moderna” contribuem para redefinir as práticas festivas urbanas: uma sensibilidade pronunciada dos indivíduos pelo turismo, pelos lazeres e pela cultura, uma mobilidade crescente, a explosão da esfera da comunicação, uma certa preocupação dos responsáveis públicos – assustados pelo vazio dos territórios –, em qualificá-los ou requalificá-los, uma vontade das grandes sociedades do espetáculo de se posicionar no mercado de proximidade...

Mas é notadamente no curso dos anos 80 que as manifestações festivas ganham significativamente em magnitude. Nesse sentido, as festas do Bicentenário em Paris em 1989 (LOOSELEY, 1995) inauguraram uma nova era de grandes festas urbanas que os grandes eventos esportivos (tais como o Mundial de 1998) substituíram em seguida. O desfile do Bicentenário organizado por J.P. Goude ficou na memória como o espetáculo de um novo gênero, uma bela festa de representação: uma festa do parecer no sentido estrito do termo.

O desfile marcou o reconhecimento, em suas forças como em seus impasses, de toda uma estética espetacular, nascida do clip, da imagem e desta famosa mestiçagem dos gêneros tanto quanto das culturas, que foi a marca da década (BOLLON, 1992).

As grandes exposições internacionais de fim de século e a efervescência festiva do ano 2000 somente confirmaram esse entusiasmo festivo generalizado (GRAVARI-BARBAS, 2000).

Mesmo que elas sejam explicadas pelas estratégias de consumo que consistem em “inventar” uma nova festa a fim de melhor regular os comportamentos dos consumidores durante o ano todo ou pela emergência de comunidades

¹ Festa promovida pelo Jornal L’Humanité. (N. T.)

culturais que reivindicam cada vez mais sua identidade e um reconhecimento social (nós voltaremos a isso), o fato é que assistimos a multiplicação dos momentos festivos coletivos, ao mesmo tempo que a uma certa diminuição das festas transcendentais:

Esta época que se mostra a si mesma seu tempo como sendo essencialmente o retorno precipitado de múltiplas festividades, é igualmente uma época sem festa. Quando suas pseudo festas vulgarizadas, paródias do diálogo e da doação, incitam a um a mais de despesa econômica, elas trazem somente a decepção sempre compensada pela promessa de uma decepção nova (DEBORD, 1996).

Os eventos festivos na cidade contemporânea concernem os públicos segmentados, com demanda específica, à qual as festas respondem de maneira certa e seletiva. Nos encaminharemos assim para uma sociedade “hiperfestiva” “porque a festivação globalizada parece o trabalho mesmo de nossa época e sua maior novidade” (MURRAY, 1999).

Esta festivação intensiva não tem mais que distantes relações com o festivo de outrora, e mesmo com a já velha ‘civilização dos lazeres’. O festivo ‘clássico’ e localizado (as quermesses de outrora, o carnaval, etc.), assim como o festivo doméstico assumido mais recentemente pela televisão, estão aqui para frente mergulhados no festivo total, ou hiperfestivo, cuja atividade infatigável modifica e transforma sem cessar os comportamentos e o meio circundante. No mundo hiperfestivo, a festa não está mais em oposição, ou em contradição, com a vida cotidiana; ela torna-se o cotidiano mesmo, todo o cotidiano e nada mais do que o cotidiano. Ela não pode mais ser distinguida dele (e todo o trabalho dos vivos, a partir daí, consiste em manter indefinidamente uma ilusão de distinção). As festas cada vez mais gigantescas da era hiperfestiva, a Gay Pride, a Festa da música, a Love Parade de Berlim, são somente sintomas desta vasta evolução (MURRAY, 1999, p. 10-11).

No entanto, da mesma maneira que devemos lembrar que “mesmo por detrás da festa a mais instrumentalizada, se encontra um espaço-tempo específico, um uso festivo, próximo do lúdico” (POLLIEN, 2006), seria um erro considerar que a inscrição espacial da hiperfestividade contemporânea se faz de maneira uniforme. A festivalização generalizada das diversas expressões de nossa vida coloca ao contrário, de maneira ainda mais aguda, a questão de sua distribuição espacial. Nesta busca da mais-valia simbólica (quer ela seja com fins mercantis ou reivindicativos), todos os espaços não se equivalem, e a ocupação ou a transformação festiva dos lugares depende de um conjunto de fatores que é importante identificar e analisar. Ela pode, com efeito, entrar em concorrência com as funções que os lugares ocupavam anteriormente – e nesse

sentido gerar conflitos –, servir de elemento de apropriação do espaço ou de demarcação de territórios pelos diferentes grupos sociais ou comunitários. A questão do espaço festivo emerge assim hoje como uma questão essencial, suscetível de contribuir para a compreensão do posicionamento dos grupos sociais ou comunitários na cidade.

As lógicas produtivas não constituem mais a entrada principal para a compreensão do fato urbano

A virada “festiva” que as cidades ocidentais experimentaram no curso das últimas décadas do século XX se expressa através de certo número de fenômenos observáveis na maior parte das cidades contemporâneas (GRAVARI-BARBAS, 2000, 2009; MARLING e ZERLANG, 2007). Ela acompanha inicialmente, um crescimento do peso das atividades “não produtivas” na cidade e na vida urbana. Estas criam novos equilíbrios econômicos que colocam em questão a economia urbana baseada no secundário, incluindo aí as cidades que deviam sua prosperidade econômica à indústria. Novos discursos, práticas e abordagens emergem; eles confirmam que a desindustrialização é a condição necessária para a emergência de uma nova ordem econômica, baseada no imaterial, no efêmero, no simbólico.

Neste novo contexto urbano, as fronteiras entre cultura, lazeres e consumo se atenuam. Os novos templos da cultura, grandes museus ou multicomplexos cinematográficos, são ao mesmo tempo templos de consumo, assim como os lugares de consumo evoluem cada vez mais para complexos de lazeres. As diferentes dimensões da vida urbana contemporânea são assim tomadas pelo festivo: a política do efêmero, da festa, das celebrações setoriais ganha potencialmente todos os domínios, incluindo aí aqueles que pareciam dificilmente poder ser empregados pelo mundo dos eventos: os lugares comerciais tornam-se os *festival market places* (GRAVARI-BARBAS, 1998), os museus e outros templos da cultura acumulam as manifestações festivas, de maneira mais geral a cultura, o esporte, a política fazem recurso da festa. O caráter festivo torna-se assim um componente essencial da maneira de fazer e de viver a cidade contemporânea: assistimos na verdade a uma mudança gradual em direção à cidade do lazer, para a cidade que se torna divertimento (BURGEL, 1993). Diversos espaços na cidade contemporânea são, efetivamente, construídos para satisfazer as necessidades dos cidadãos por mais urbanidade, mais convivialidade, mais

encontros, isso em um quadro que se inspira fortemente em ambientes lúdicos dos parques temáticos (GOTTDIENER, 1997). A função festiva e lúdica dos espaços centrais tende a ser cada vez menos residual nas estratégias de retomada e de desenvolvimento dos centros das cidades. No discurso dos promotores e dos políticos locais, esta função se impõe antes como a nova dádiva, como uma condição essencial da reapropriação urbana (GRAVARI-BARBAS, 2005).

Seria necessário ligar estas constatações às tendências mais gerais observadas no curso dos últimos vinte anos, período durante o qual o consumo de serviços de “prazer” tornou-se importante no consumo de massa (MULLINS, 1991, p. 326). No fim dos anos 1980, Bauman (1988) relaciona a sociedade pós-moderna e o que ele qualifica de obsessão contemporânea: “consumir os lazeres”, consumir o prazer, pelo prazer. Mullins (1991, p. 329) e Alt (1976) ressaltam que o consumo dos serviços ligados ao prazer pessoal tomou o posto do consumo dos bens, objetivo dominante durante o período fordista. Para Mullins, a “pós-modernidade” e a “produção flexível” se completam mutuamente, pois elas representam respectivamente o sistema de consumo e o sistema de produção pós-fordistas, da mesma maneira que o consumo de massa acompanhava a produção de massa fordista.

Consequentemente, podemos compreender o entusiasmo festivo contemporâneo somente no contexto das mutações econômicas do fim do século XX:

a sobrevalorização e a proliferação dos eventos festivos no espaço urbano são o sinal da crise do sistema fordista e da orientação para um sistema caracterizado pela flexibilidade. Da forma de compensação à rigidez isolante e despersionalizante do urbanismo dos anos 1960, passamos a uma forma de integração ao espaço urbano vivo 24/24h (BERNIE-BOISSARD, 2006).

A mudança das estratégias “gerenciais” para as estratégias “empresariais” (HARVEY, 1989b) contribui assim à emergência da “cidade festiva”: esta se exprime por uma mudança progressiva da cidade-suporte de eventos festivos pontuais (o que sempre foi o caso nas cidades de todas as épocas) para a cidade festiva, na qual ambiente e estética da festa transcendem a concepção, a planificação e o planejamento [*aménagement*] urbanos (GRAVARI-BARBAS, 2000). Efetivamente, na medida em que as barreiras físicas tornam-se menos importantes, o capital torna-se mais sensível às qualidades específicas de cada lugar. As cidades entram em competição afim de criar uma imagem positiva, na qual as “conotações eufóricas” segundo o termo de Lagopoulos (1993, p.

263) desempenham um papel importante. Na economia urbana pós-moderna, a constituição da cidade festiva parece assim se inscrever em uma lógica de posicionamento das cidades no sistema dos lugares em competição. Nesse contexto, as novas estratégias de crescimento tornam-se assim cada vez mais simbólicos e de natureza ideológica. Os eventos festivos que ocorrem aí, se aproveitam disso e ao mesmo tempo trazem suas próprias vantagens simbólicas.

O “consumo” de experiências festivas, motor do “*inner city living*”.

Os sociólogos concordam em admitir que o lugar do lazer na sociedade contemporânea evoluiu consideravelmente. Eles colocam notadamente em evidência as transformações técnicas que afetaram o mundo do trabalho e que estiveram na origem da modificação profunda das relações entre trabalho e lazer. As decisões referentes à divisão de recursos (tempo ou dinheiro), consagrada aos lazeres assim como o conteúdo desses lazeres (quais atividades são praticadas e quem participa delas) se situam no coração da dinâmica da identidade. Diversas análises corroboram assim com o fato de que a identidade social dos indivíduos se forma daqui em diante graças ao consumo, aos lazeres, aos jogos, à prática cultural e festiva: através de seus modelos de consumo de bens, de serviços ou de “signos” mais do que através do trabalho. Na verdade, não somente trabalha-se menos – e vive-se e avalia-se seu trabalho – diferentemente. A mudança maior é, na verdade, qualitativa: os indivíduos não se realizam mais por seu trabalho ou por sua profissão e eles não lhe delegam mais um valor, existencial ou social, determinante.

Desde os anos 1970, Daniel Bell nota esta mudança na formação identitária:

As the traditional social class structure dissolves, more and more individuals want to be identified not by their occupational base, in a Marxist sense, but by their cultural tastes and lifestyles (1976, p. 38)².

Mas estas evoluções se concretizam e se generalizam somente no fim do século XX, uma vez que elas foram plenamente consideradas pelos tomadores de decisões locais que procuraram reagir lançando eventos cada vez mais segmentados, direcionados, exclusivos. As elites políticas, os atores sociais, os empreendedores privados elaboram suas estratégias ou montam os projetos e os

² Como a estrutura de classes sociais tradicionais se dissolve, cada vez mais os indivíduos querem ser identificados não por sua base ocupacional, no sentido marxista, mas por seus gostos culturais e seus estilos de vida (1976, p. 38). No original em inglês. (N. T.)

negócios que respondem da melhor maneira às novas preferências dos consumidores, que desde sempre não concernem mais unicamente alguns *dilletanti*. Permitindo aos indivíduos se inscreverem em grupos restritos, os lazeres em geral e os eventos festivos mais particularmente, contribuem para produzir e moldar a identidade individual. As preferências culturais e os estilos de vida representam os criadores e os suportes da identidade assim como as fronteiras entre os grupos (WARDE, 1994; LAMONT e MOLNAR, 2001). Em paralelo, elas são cada vez mais tratadas como um produto de consumo corrente, “consumido” de maneira diferenciada em função da capacidade financeira dos indivíduos ou de seu nível cultural ou intelectual. Elas indicam e mantêm uma distinção social (PETERSON e KERN, 1996; KATZ-GERRO, 1999). Elas refletem e criam símbolos assim como significações simbólicas. O “consumo” de experiências festivas em particular tornam-se um elemento distintivo das elites culturais urbanas que tem acesso aos eventos exclusivos, muitas vezes inclusive criados para os satisfazer, até mesmo para os recompensar, segundo a tese de David Harvey. A festa das Luzes em Lyon ou a Noite Branca em Paris correspondem a estas expectativas das elites intelectuais e culturais urbanas.

Para as populações que se instalam nos bairros gentrificados dos centros das cidades [pessoas que “se dedicam profundamente ao trabalho e que asseguram sua parcela de lazeres” (BURGERS, 1995, p. 154)], a oferta das atividades culturais, festivas e recreativas – às quais, por outro lado, elas dão um certo impulso – é determinante. Este fato é identificado pelos urbanistas e pelos tomadores de decisões, que têm a tendência a concentrar seus esforços para atrair populações abastadas e intelectuais para o centro da cidade. Entramos assim em um círculo de produção de espaços-suporte da cidade festiva.

O fato de que a maioria das famílias habitando no centro é formada de uma ou duas pessoas leva Burgers (1995, p. 155) a ressaltar a dimensão “erótica” dos espaços públicos criados nos bairros gentrificados, pensados e concebidos como lugares de encontro. Este fato explica, segundo ele, a emergência festiva e a diferenciação recreacional dos bairros *gays*; ele cita como exemplo a cidade de San Francisco, que oferece um grande número de lugares de lazer, de recreação e de cultura destinados a um público homossexual internacional.

Outros fatores, tais como a mundialização encoraja, por sua vez, um certo estetismo cosmopolita (LASH e URRY, 1994) que se exprime também pelos lazeres e pelos eventos festivos.

As implicações espaciais dos fatos descritos acima são importantes: a gentrificação traz, de alguma maneira, a roupagem festiva dos lugares gentrificados, da mesma forma que os eventos culturais e festivos lançados nos lugares contribuem para a sua gentrificação. De maneira mais geral, é importante relacionar a festivalização dos espaços com a revalorização do centro da cidade.

COMPREENDER A CIDADE ATRAVÉS DA FESTA

As três observações apresentadas acima (mudança de significado da festa na sociedade contemporânea; importância da economia simbólica e festiva na cidade pós-industrial; importância dos serviços festivos e culturais para as populações urbanas que escolhem se instalar nas cidades), conduzem à hipótese de um apoio renovado aos eventos festivos pelos atores locais. Nós buscaremos assim mostrar que a demanda contemporânea por mais festividade é expressa pelos diferentes atores urbanos, quer se trate dos políticos locais, de grupos sociais ou de comunidades culturais. Estas últimas se posicionam no espaço urbano em função de seus interesses, buscando investir nos lugares que tem um sentido (econômico, comercial ou simbólico) e negligenciando, ou evitando, os lugares que não representam alguma coisa de particular e cuja apropriação não constitui um conflito (ao menos em um determinado momento). Assim, mesmo se a festa “ganha terreno” (se profissionalizando, saindo do calendário e dos espaços de referência que eram “tradicionalmente” os seus, escapando também aos atores que habitualmente se encarregavam dela), ela produz sempre “plenitudes” e “vazios” festivos cujo estudo nos parece mais importante que no passado. Se de fato hoje os eventos festivos não se limitam à “praça das festas” ou a alguns lugares designados, a questão de sua inserção espacial torna-se de grande importância para o geógrafo urbano.

A festa se autonomiza

A festa tem a tendência a ir além de códigos sociais aos quais ela obedecia no passado. Ela tende a se autonomizar em sua lógica de produção própria, a tornar-se intercambiável (em termos de expressão, de organização, de conteúdo, de participação do público).

A vontade dos atores locais e dos organizadores de utilizar as festas já existentes – ou de lançar outras – com fins comunicacionais, comerciais ou turísticos, trouxe modificações de seu significado, de seu público alvo, de seu lugar

de realização ou de sua duração. Superando os códigos, os rituais e o sentido, muitas vezes inclusive religioso, que elas carregavam até então, as festas se tornaram eventos acionáveis “à vontade” pelos atores locais. Elas tendem assim a se autonomizar e a escapar das mãos daqueles que delas se ocupavam tradicionalmente para tornar-se um instrumento nas mãos de atores que tem outras competências e preocupações.

K. Gotham (2002; 2005) descreveu assim como a elite pública e privada de Nova Orleans, que tentou extrair a terça-feira gorda de suas raízes históricas e religiosas. A festa é de agora em diante remodelada enquanto espetáculo anual laico, renomeado e orientado em relação aos excessos dos jovens “afim de que o evento possa melhor servir a elite promotora e as estratégias comerciais” (GIBSON, 2005). O evento, que atrai de agora em diante mais de 650.000 pessoas, se posiciona em um plano turístico nacional e internacional, e obedece às razões do público que o visita, aí compreendidas no plano dos horários, de sua organização ou de sua realização.

O desvirtuamento da festa das luzes em Lyon, antiga festa religiosa, é muito instrutivo. Efetivamente, nos últimos vinte anos, a municipalidade simplesmente deixou de tomar conhecimento da existência da festa de tradição religiosa, para buscar garantir nela sua permanência em um primeiro momento, assumir a sua promoção em um segundo momento e executá-la finalmente. Os atores locais entraram assim em uma verdadeira política pública festiva do “8 de dezembro”, com o objetivo de “promover o crédito internacional de uma cidade transformando sua aura de cidade das brumas em uma aura de cidade luz, graças ao eminente plano luz” (VILLE DE LYON). “Desconectada do combate político e ideológico do século XIX, ela se tornou a festa da Cidade inteira...” (LENFANT, 2003, p. 65).

É também o caso da festa de Natal, que se torna cada vez mais frequentemente a ocasião para organizar nas cidades o “espetáculo urbano”, por intermédio de mediações diversas, tais como as iluminações, os espetáculos, as atmosferas feéricas, do reencantamento de paisagens urbanas com falta de alma e de animação. Assim, Noites de inverno, manifestação festiva organizada em Bruxelas desde 2005, toma a capital da Bélgica em dezembro e convida os habitantes, mas também os visitantes da cidade, a vir fazer suas compras de Natal em uma atmosfera festiva, alegre, feérica – e certamente mais propícia ao consumo.

Nesse sentido, os diferentes eventos festivos que tomam o espaço urbano obedecem a códigos que se liberam de seu significado e conteúdo inicial, conservando ciosamente, enquanto tema, decoração ou signo, os atributos das festas tradicionais. Os imperativos comerciais, sociais, comunicacionais ou políticos – que condicionam de agora em diante, ao menos em parte, seu *timing* e seus lugares de realização, contribuem a só guardar das festas tradicionais os elementos que permitem uma tematização dos espaços empregados (GOTTDIENER, 1997). Chegamos assim *in fine* a uma tematização festiva dos espaços urbanos que evolui em função do calendário: assim, no Natal, a cidade torna-se uma “*Fantasyland*” feérica, no *Halloween* é o tema do horror que é homenageado e, no verão, os guarda-sóis de “Paris”, “Bruxelas” ou “Danúbio-Praia” compõem a decoração temática dos territórios exóticos dos parques com temas nacionais ou internacionais. Esta tematização espacial (traduzida pelo investimento em espaços selecionados pela decoração, pela atmosfera, pelos atributos da festa) acompanha a “tematização de acordo com o calendário” da vida hiperfestiva cotidiana.

Instrumentalizações festivas...

Os eventos festivos constituem assim uma “matéria prima” maleável (bem mais que a fabricação da cidade “sólida”, tomada por diversos atores presentes no território urbano. Estes se servem dela afim de ajustar um conjunto de projetos que não são, senão muito raramente, *stricto sensu* festivos – que são ao contrário cada vez mais motivados por questões econômicas, sociais, de gênero, étnicas...

Mesmo se a festa não ocupa ainda um lugar central na análise urbana, ela ocupa certamente um lugar central nas preocupações dos atores locais. As questões não são unicamente festivas; as elites urbanas (políticas, artísticas, culturais) se apoderam da festa por múltiplas razões: Harvey (1989a) apontou o roteiro da festa “pacificadora” que cria o laço social, contribui para a integração das diferentes populações, apazigua as tensões e os conflitos..., ou ainda que se oferece, no sentido do *panem et circences*, como recompensa às classes médias e abastadas que voltam à cidade.

Mas a festa e a organização de grandes eventos festivos permitem criar – e projetar, inclusive no plano internacional – uma imagem de “vitalidade urbana”. Não somente eles fabricam uma parte da “personalidade” de uma cidade

mas, em certos casos, eles lhe permitem de se inserir – até mesmo de tornar-se líder – de uma rede urbana internacional que obedece a seus próprios códigos, aqueles das cidades “criativas” (FLORIDA, 2002), e que constrói suas especificidades na cultura e na festa. Não somente estas grandes manifestações festivas se concebem e tomam seu significado no contexto de cidades que reivindicam seu estatuto de cidade internacional, e mesmo de cidade global, mas elas são instrumentalizadas por aqueles que as lançam por seu poder “demarcatório”.

Cada vez mais associadas – sobretudo no contexto metropolitano internacional – à criação de vanguarda e à arte contemporânea, os grandes eventos festivos tornam-se um instrumento de singularização, de diferenciação, de posicionamento em uma esfera na qual podem – precisamente *in fine*, se posicionar somente cidades internacionais. A Noite Branca é um conceito parisiense, em seguida exportado a Roma, Montreal, Toronto, Seul, Varsóvia e Barcelona, em um contexto de competição internacional urbana. “Para muitos, Noite Branca evoca doravante Paris, cidade luz, generosa, moderna, orgulhosa de seu patrimônio, acolhedora, e voltada para seu futuro” (GIRARDI, 2005). Nesse sentido, um certo tipo de eventos festivos remete inevitavelmente à cidade internacional – e pode nos ser útil enquanto mediador para sua compreensão.

Plenitudes e vazios festivos: o que eles nos dizem da festa?

A festa torna-se, portanto, questão (social, econômica ou política), os espaços nos quais ela se realiza também. Observamos nesse sentido também uma ruptura com os territórios da festa “tradicional”, mais circunscritos, codificados, hierarquizados no passado, o que eles não o são hoje.

A sociedade, sobretudo o poder que a governa, ganham com essas regularidades, com essas reproduções sem risco de eventos enraizados em um espaço tutelar. A este título, todos os lugares do espaço social não testemunham um valor idêntico. Aqueles que preservam um conteúdo patrimonial ou simbólico já notável (se define fora da festa) oferecem as melhores aptidões para entrar de pleno direito no território festivo. Assim, são esses “lugares atributos”, alegorias concretas de territórios mais vastos: os Champs Élysées ou a Torre Eiffel para Paris, por exemplo (DI MÉO, 2001, p. 12).

Em ruptura com o paradigma da cidade industrial, a festa na cidade pós-industrial tem a tendência a sair dos territórios nos quais ela estava confinada e a ocupar os espaços urbanos de maneira bem mais difusa. O domínio dos lugares e de determinados bairros por aqueles que aí habitam (elites cidadinas

e “*urban villagers*”) torna mais fáceis esses “transbordamentos” espaciais, estas transposições de “limites” espaciais, esta difusão da festa no espaço público:

Se os agricultores em cólera ou os operários ameaçados que marcham sobre a cidade penetram o espaço institucional das elites parisienses a partir de uma província arruinada, perturbam a ordem urbana e gritam contra a injustiça, os orgulhosos manifestam por sua vez o seu domínio no espaço parisiense, como um fato consumado; eles marcham e dançam na cidade, expressam o seu em casa [*chez eux*] transbordando das ruas do Marais já colonizadas (REDOU-TAY, 2003, p. 74).

Se “a festa (era) sempre, de uma maneira ou de outra, a homenagem a um lugar delimitado” e se “a festa (definia) o lugar” (DI MÉO, 2001, p. 10) logo nós assistimos hoje a uma inversão: é de agora em diante o lugar, definido e estabelecido por antecipação pelas questões que os atores lhe atribuam, que “convida” a festa e a instala aí mais ou menos duravelmente. Tal é o caso dos espaços requalificados abandonados pela indústria e pelas instalações portuárias, novas vitrines urbanas que funcionam por osmose com uma série ininterrupta de eventos festivos (365 dias por ano no *Inner Harbor* de Baltimore, na realidade pouco importa quais: desde a “festa da pizza” até o “festival da cidade”). Esse é o caso também dos lugares atípicos e improváveis, “exumados” por ocasião de eventos como as “Iluminadas” de Nantes ou seu duplo parisiense, a “Noite Branca”. Os grandes equipamentos e infraestruturas culturais e festivas, tais como aqueles do Fórum das Culturas em Barcelona, tornam-se verdadeiras “máquinas” de produzir o festivo, tendo em vista o quanto são dependentes dele para existir. Os eventos festivos com isso se produzem, portanto, deixam de ser inventados em todas as suas partes.

A festa e os eventos festivos tendem pois a se autonomizar também espacialmente, à superar os códigos espaciais mesmo que se queiram mantê-los nesse ou naquele lugar. Todavia, esta superação nunca é isotrópica. Assim, a inscrição destes fatos festivos nos lugares e espaços, a produção pois do espaço social festivo, supera os códigos espaciais mais antigos mas sempre espacialmente e socialmente orientada, pode servir de elemento de análise de um organismo urbano em seu conjunto (os “vazios” sendo tão significativos quanto os “cheios”). Na verdade, se todos os lugares podem ser hoje potencialmente vestidos pela festa (fábricas e entrepostos, praças do centro da cidade e das periferias, cais desocupados e estações de trem em deterioração), observamos *in fine* que não são todos. As escolhas dos atores, mais ou menos livres e espontâneos, mais ou menos influenciados e orientados, se inscrevem no espaço urbano de maneira

que evidenciam suas vontades e desejos ou sua aceitação ou superação e o que eles admitem como obrigações.

ATORES, LUGARES E PRÁTICAS DA FESTA NA METRÓPOLE EUROPEIA CONTEMPORÂNEA: O CASO DE PARIS

As considerações mais gerais apresentadas preliminarmente nos permitirão abordar o exemplo parisiense. A análise proposta concentra-se nas festas urbanas organizadas periodicamente na capital sem considerar as manifestações pontuais organizadas no quadro de um grande evento, por maior que ele seja (abertura de Jogos Olímpicos, reunião esportiva, etc.). A escolha de eventos periódicos é privilegiada pela intenção em apreender a recorrência espacial eventual de algumas festas, suscetível de nos permitir uma análise da maneira na qual os eventos se realizam nos espaços selecionados. A seleção dos eventos festivos estudados (que não é nem exclusiva nem exaustiva) foi feita segundo um conjunto de critérios por definição muito discutíveis³.

Uma efervescência festiva recente

A análise da aparição cronológica dos diferentes eventos confirma seu caráter recente. Os anos 1990 foram prolíficos, ao mesmo tempo para o que concerne o lançamento de novos eventos e para a reativação de festas “um pouco esquecidas” desde alguns anos [até mesmo há várias décadas; o caso do Carnaval de Paris é exemplar nesse sentido (SALZBRUNN M., 2009)]. Longe de se estancar, o ritmo de criação de novos eventos se acelera no curso dos anos 2000, mesmo após a virada do século, grande iniciadora de projetos festivos – e apesar do fracasso comercial e midiático de alguns grandes projetos iniciados por várias metrópoles (tais como o *Millenium Dome* em Londres).

³ Uma visibilidade no espaço urbano e uma divulgação feita anteriormente (exclusão consequentemente das festas “confidenciais” ou “espontâneas”); uma periodicidade fixa, anual para a maioria; a realização inteiramente ou parcialmente no espaço público – ou também em um espaço privado mas aberto ao público; um caráter festivo evidente e um aspecto comercial que não é a razão de ser da festa. A denominação “festa” escolhida pelos organizadores; a presença da música enquanto um elemento essencial da organização; um “direcionamento” da festa deliberadamente escolhido pelos atores identificados (públicos ou privados).

Nós não incluímos na análise os eventos comerciais tais como feiras ou salões, nem científicos e profissionais, como colóquios ou congressos. Nós privilegiamos, ao contrário, os eventos que, sem ser festas no sentido da definição dada acima, contribuem para a instauração da atmosfera urbana e da cidade festiva, tais como Paris-Praia [*Paris-Plage*] ou *Paris-Roller*.

A multiplicação recente de eventos festivos em Paris está relacionada com a pluralidade e uma grande diversidade de seus iniciadores e promotores. Todos os tipos de atores estão presentes (desde o Ministério da Cultura até as associações de bairro em uma escala local, passando pela prefeitura de Paris e pelas prefeituras dos *arrondissements*⁴). As associações ou os coletivos de indivíduos constituem um motor importante das festas e eventos festivos parisienses. Encontramos assim associações de defesa de bairro, associações religiosas, associações políticas ou étnicas. Ao lado destas, os outros organizadores maiores são os políticos de alguns *arrondissements* parisienses. Muitos eventos festivos se apoiam sobre uma pessoa que os concebeu e que é muitas vezes requisitada para os realizar. É por exemplo o caso do carnaval de Paris, animado pela vontade de uma pessoa inteiramente envolvida na causa carnavalesca durante muitos anos para que ele viesse acontecer⁵. É, contudo, a nova equipe municipal de Paris que foi o motor recente dos grandes eventos que marcaram o início dos anos 2000 e marcam a intenção da Prefeitura de Paris e de sua equipe de posicionar de maneira mais agressiva a capital parisiense no patamar internacional das cidades festivas.

A diversidade dos atores é em si interessante: ela mostra que um número crescente de indivíduos e de coletivos marcam presença na cena pública. Ela testemunha igualmente alguma profissionalização dos promotores dos eventos festivos, inclusive aqueles cuja vocação não está estreitamente ligada à cultura ou à festa, tais como as associações religiosas ou políticas. É como se todo o mundo se apoderasse do festivo e de seus meios expressivos, seja militante alternativo (*May Day Parade*), associação religiosa (Festas de *Ganesh*) ou associação pro-life (*Life Parade*).

São assim raros os eventos festivos parisienses que não apresentem nenhuma motivação festiva. Isso concerne essencialmente as festas de moldes mais tradicionais, tais como o ressuscitado Carnaval de Paris que exhibe como ambição essencial a de recuperar para Paris o seu caráter festivo. Mas isso já não é um projeto político? O Carnaval Tropical é por sua vez organizado pela

⁴ Circunscrições administrativas através das quais as grandes cidades da França são divididas. Seria o correspondente aos distritos ou às sub-prefeituras. (N. T.)

⁵ É o encontro com um político que permitiu ao Carnaval acontecer, mas o apoio mais “oficial” do projeto só se realizou em um segundo momento. Este parece igualmente o caso da lavagem do *sacré Coeur* animado por uma pessoa (a artista Fafá Dieze).

Delegação Geral do Ultramar e pela Prefeitura de Paris que, mais do que o espírito festivo e as tradições antilhasas e reunionesas em Paris, busca colocar em evidência a presença destas populações na cidade – e através disso, o caráter multicultural da Capital, muito frequentemente assinalada por sua dificuldade em colocar em evidência a diversidade de suas culturas.

Na maioria dos casos, o festivo é na verdade instrumentalizado por outras razões mais ou menos claramente enunciadas. A mais frequente é a de assegurar uma melhor visibilidade dos organizadores na cena pública. É o caso das grandes tradições festivas muito populares de agora em diante na capital, o Ano Novo Chinês e a festa de *Ganesh*, respectivamente organizadas pelas comunidades chinesas e indianas de Paris. É também o caso dos eventos promovidos pelas comunidades *Gays* e lésbicas, ou ainda as associações e coletivos de pessoas deficientes, os movimentos reivindicativos e políticos. A festa é assim utilizada como um meio de ocupar o primeiro plano, de mostrar sua existência, em resumo, de reivindicar (direitos sociais, a tomada de consciência de um problema, etc.). Dessa maneira, a *Techno Parade*, evento constituído para defender a música Techno, evidencia de agora em diante um caráter de “manifestação política e reivindicativa” (BROCHURA DA EDIÇÃO 2006): para sua edição 2006 o organizador Technopol “se associa à Ação Contra a Fome afim de apoiar o combate que esta ONG realiza desde 1979, mas sobretudo afim de promover suas ações junto ao maior número”. É também o caso de *Défestival* “evento destinado a promover a mistura entre as gerações, as etnias, as culturas, o encontro com as pessoas atingidas das diferentes deficiências” que opta pela festa afim de reivindicar uma visibilidade mais importante no espaço público. O exemplo de *May Day Parade*, lançada em 2005, se pretendia também “a ocasião de visibilidade e de expressão de múltiplas formas da precariedade, singulares e coletivas”, ela era típica da utilização da festa afim de afirmar, no espaço público, o lugar e a presença das populações marginalizadas pela economia.

Na cidade contemporânea, as manifestações tendem, portanto, a tornar-se festivas da mesma maneira que a festa toma, deliberadamente ou não, o caráter de uma manifestação militante.

Se as motivações dos atores associativos são complexas, e muitas vezes até contraditórias, aquelas de atores públicos (políticos, prefeitura, etc.) são *a priori* mais fáceis de circunscrever e devem ser relacionados com o caráter valorizante da festa organizada. Para as prefeituras de *arrondissements*, se trata de afirmar o

lugar do *arrondissement* no seio da capital. Segundo Alain Riou (1999), antigo prefeito do XXº *arrondissement* e ator essencial da reanimação do Carnaval de Paris, o *revival* deste “era primeiramente destinado a recolocar em movimento um bairro esquecido, aquele do XXº *arrondissement*”.

Uma manifestação tal como Paris-Praia, concebida no começo como uma “recompensa” aos Parisienses que não puderam sair de férias, ganhou muito rapidamente magnitude para tornar-se um dos elementos do posicionamento midiático de Paris. Outros eventos, organizados pela Prefeitura de Paris, e notadamente a Noite Branca, se inscrevem imediatamente em uma perspectiva mais geral de promoção urbana e de posicionamento internacional da capital. A Noite Branca faz de agora em diante parte destes “grandes eventos” culturais e festivos, cuja influência deixa confortável o lugar da capital francesa no seio das grandes metrópoles culturais internacionais.

“Superfícies, linhas, pontos”: uma categorização espacial das festas urbanas

Três categorias de eventos festivos podem ser distinguidas *a priori*, no que concerne sua distribuição espacial em Paris: as festas multipolarizadas que concernem o conjunto de Paris Intramuros (“superfícies”); as festas que se realizam ao longo de um eixo, tal como as paradas ou os desfiles (“linhas”); aquelas localizadas em um território preciso do qual elas retiram sua legitimidade (“pontos”). Existe inclusive uma certa correlação entre as categorias espaciais dos eventos festivos e seus organizadores: as festas multipolarizadas são geralmente realizações dos atores públicos (Ministério da Cultura e Prefeitura de Paris); as festas localizadas são geralmente organizadas por iniciativas das associações de bairro; as paradas são frequentemente organizadas por iniciativa das comunidades, étnicas, religiosas ou culturais com um objetivo reivindicativo e de visibilidade urbana.

– As festas e eventos festivos “multipolarizados” (festa da música, festa dos jardins, edifícios em festa, Noite Branca, etc.) simultaneamente organizados no conjunto do território parisiense. Eles se realizam em lugares emblemáticos ou julgados oportunos (ao mesmo tempo os lugares incontornáveis ou os lugares inéditos). Alguns organizadores (Noite Branca) tendem a buscar lugares com características particulares (áreas industriais abandonadas [*friches industrielles*], entrepostos ou fábricas desocupadas, lugares “esquecidos”) que não são uniformemente distribuídos em todos os bairros parisienses. Outros

(festa da música) tendem também a preferir os bairros nos quais reside uma população que responde mais espontaneamente ao apelo da festa. As festas “multipolarizadas” irrigam uniformemente o conjunto do espaço parisiense somente em teoria.

– As festas de bairro (*Goutte d’Or* em festa, *Vendanges de Montmartre* [Colheitas da uva de Montmartre]) localizadas nas “aldeias” urbanas: *Montmartre*, *Goutte d’Or* ou *Belleville*, etc. Elas visam – ao menos em um primeiro momento – a assegurar a promoção do bairro (*vendanges*), para desabrochá-lo, para fazer evoluir sua imagem (*Goutte d’Or*), para colocar em evidência a pluralidade e a riqueza cultural do bairro ou para criar um liame social, trampolim para outros projetos, sociais ou urbanos (festa do bairro em *Belleville*).

– As paradas e os desfiles estão muitas vezes ligados a um bairro que eles atravessam sob a forma de desfiles e de paradas (o ano novo chinês no XIII^o [*arrondissement*], a festa de *Ganesh* no XVIII^o). Outras festas ambulantes (*Techno Parade*, *Gay Pride*) não tem ligação *a priori* com um bairro parisiense em particular e poderiam se realizar no conjunto do território parisiense, sem grande diferença. As paradas organizadas anualmente tem todavia uma geografia que mesmo que ela seja relativamente movente de um ano para o outro, por razões devidas seja às dificuldades (impossibilidade de seguir o mesmo percurso de um ano para o outro por questões de segurança ou de não obtenção de autorizações) ou por estratégia (que consiste por exemplo de começar, no primeiro ano do evento por um desfile curto antes de o estender mais longe nos anos seguintes⁶) permanece *in fine* bastante rígido. Os itinerários de uma parada *pro-life* (*Life Parade*) não são os mesmos que aqueles da *Gay Pride* (eles tem, por exemplo, a possibilidade de tomar a rua de *Rennes* e o adro de *Saint-Sulpice*). O evento mais abrangente é *in fine Paris-Roller* cujos itinerários que mudam semanalmente deixam rastros em toda Paris.

Um espaço festivo “orientado”.

Os eventos festivos parisienses “inflam”, tomam dimensões espaciais importantes, ultrapassam os limites dos lugares onde eles estavam confinados no

⁶ Esse foi o caso do Carnaval de Paris, que, organizado em uma rua do XX^o *arrondissement* no seu primeiro ano de existência, se estendeu nos anos seguintes à *République* e até o *Hôtel de Ville* [prefeitura]. Segundo Alain Riou esperava-se “incendiar por capilaridade toda a capital para recolocar o carnaval em destaque” (*LIBÉRATION*).

passado. Mas longe de tomar seus espaços de maneira isotrópica, eles escolhem os lugares em função de um conjunto de considerações, mais ou menos refletidas.

– Eles privilegiam os bairros que tem uma população cosmopolita, portadora de tradições festivas. A localização em alguns bairros populares do Norte e do Este parisiense é devida ao fato que se trata de uma de operação de promoção ou de “desabrochamento” de um espaço: aquele onde pode ser difícil abordar, porque reputado como perigoso ou infame; ele pode estar em busca de uma imagem de marca mais valorizante (festa da *Goutte d’Or*, localizada no coração do bairro); sua escolha traduz também a intenção de afirmar seu caráter de “nicho” ou de “aldeia urbana” do ambiente (a festa das *vendanges* [colheitas de uva], estreitamente ligada ao bairro de *Montmartre*).

– Estes eventos se realizam (inclusive as paradas) próximos de lugares e de sociabilidade cotidiana de seus organizadores (*Bastille*, *Republique*, etc. para algumas festas) ou em bairros onde há alguma simbologia militante ou “tradições” reivindicadas. Esse é o caso das manifestações tais como a *Gay Pride* ou a *Techno Parade*. É igualmente o caso das festas comunitárias, tais como o Ano Novo Chinês ou a festa de *Ganesh*, ambas localizadas nos bairros nos quais há uma forte concentração de habitantes ou comércio Chineses ou Indianos diante dos quais desfilam os carros alegóricos. Se há nesse sentido uma inscrição nesses lugares considerados como mais legítimos, não podemos negociar o fato que esta legitimidade é construída desde pouco e que em todos os casos ela é, precisamente, construída.

– Esses eventos obedecem à configuração “objetiva” dos lugares. Assim, existiria em Paris lugares mais facilmente dedicados às concentrações festivas, tais como o *Champs de Mars* ou o gramado de *Reuilly*, pois eles tem uma “capacidade de carga” suscetível *a priori* de acolher um grande número de participantes. Uma parada necessita, por sua vez, de avenidas largas, um sentido de circulação dos pedestres idêntico àquele do sentido da circulação de automóveis, procedimentos fáceis, a consideração das entradas de metrô ou de RER⁷: é nesse sentido que as avenidas empregadas por diversas festas parisienses (tais como a *Gay Pride* ou a *Techno Parade*) parecem *a priori* convenientes a toda

⁷ *Réseau Express Régional* – é o sistema de trem que liga o centro de Paris à sua periferia próxima e distante. (N.T.)

festa ambulante: o *boulevard Saint-Michel*, o *boulevard Saint-Germain*, Henri IV, a *Bastille*, a avenida de *la République*, seriam assim sistematicamente empregadas porque *a priori* mais propícias. Os *a priori* das autoridades não são, evidentemente, aqueles dos organizadores.

– Estes eventos levam em conta as “tradições” e a natureza festiva dos lugares: é também o caso da Avenida dos *Champs-Élysées* para o conjunto de eventos ligados à representação do Estado ou de uma organização mais oficial: não somente o desfile do 14 de julho, mas também as festas do bicentenário ou a festa da Colheita organizada em 1990.

– Estes eventos não escapam à hostilidade de alguns setores locais, sejam eles institucionais ou mesmo habitantes ou comerciantes. Os organizadores são confrontados na maioria das vezes com a rigidez das autorizações da prefeitura de Paris. A desaparecimento do Carnaval de Paris no pós-guerra seria assim devida aos problemas de circulação surgidos nos anos 1950. Os organizadores que teriam intenção de sair de seus lugares habituais, são frequentemente “chamados à ordem” pelos políticos. O temor dos extravasamentos, notadamente para os eventos que tem uma forte dimensão “festiva” e musical (por exemplo, a *Techno Parade*) é a razão mais comum levantada. Vemos assim que quando se trata de sair do território inicialmente “atribuído”, as coisas tornam-se difíceis, até mesmo conflitivas. Há assim poucas chances de ver a *Techno Parade* ou a *Gay Parade* sair de seus caminhos habituais (praça de *la République*, *Nation*, *Bastille*). Parece cada vez mais difícil hoje para a *Gay Pride* ou para a *Techno Parade* de empregar a rua de *Rennes* (como foi o caso em 2002) pelo fato da hostilidade dos habitantes, dos comerciantes e dos políticos dos *arrondissements* concernidos⁸. Da mesma maneira, a passagem do cortejo da festa de *Ganesh* no *X^e arrondissement* (no entanto lugar de concentração de numerosos comerciantes indianos) foi interdita durante um ano, após a recusa do prefeito.

Os territórios da festa se constroem pois na tensão, em um braço de ferro entre os organizadores, que buscam estender ou ocupar os lugares, o que constituem para eles as disputas e as autoridades, que buscam controlá-los ou limitar sua influência espacial.

⁸ Por outro lado, *Saint-Sulpice* e a rua de *Rennes* foram empregadas nas passeatas dos dois últimos anos pela *Life Parade* (manifestação católica *pro-life*).

O que aprendemos com a festa na cidade?

Um olhar geral das festas parisienses selecionadas indica uma linha Leste-Oeste, e em uma menor medida Norte-Sul e mostra uma concentração mais importante nos bairros do Sudeste da capital. Apesar de sua reputação festiva, solidamente ancorada no século XIX, poucos eventos ocupam hoje a Margem Direita. A distribuição espacial festiva de Paris aparece assim bastante rígida inclusive para os desfiles e paradas, *a priori* mais suscetíveis de se realizarem em todo o conjunto do território parisiense.

A supremacia festiva dos grandes eixos do leste parisiense (*Bastille, République, Nation*) se impôs durante os últimos anos, enquanto que no Oeste, o caráter “oficial” da *Champs-Élysées*, reservada às grandes manifestações oficiais e notadamente ao desfile do 14 de julho, é raramente contestado. Esse foi o caso de sua transformação em plantação de trigo em 1990 assim como atualmente, uma vez por ano, quando a *Champs* é tomada por *Paris Roller*. Esta manifestação semanal que se realiza nas noites de sexta-feira, é a única a ter obtido o direito de descer, uma vez por ano, a avenida mais prestigiada da capital.

Este hiato Leste-Oeste, visivelmente imutável, raramente foi posto em questão, senão quando o desfile do 14 de julho se deslocou provisoriamente para o Este Parisiense⁹. Por outro lado, a ideia de ocupar a *Champs* para outras manifestações, tais como a *Gay Pride* ou a *Techno Parade*, é colocada de maneira somente marginal ou por provocação, sem que haja uma verdadeira reivindicação, uma vez que os organizadores temem que, longe dos bairros nos quais eles mesmos e seu público habitam, as manifestações percam sua substância.

A análise dos eventos festivos de uma metrópole europeia como Paris faz inclusive aparecer um espaço festivo em vários níveis: aquele da cidade, certamente, mas também um espaço festivo internacional tecido pelas festas e eventos festivos que se localizam antes de tudo em um patamar inter-cidade: Paris, e mais geralmente a França, exportam os eventos organizados para a Europa e para o mundo. As jornadas do Patrimônio são de agora em diante europeias, o que é também o caso da festa da música que: “faz a volta ao mundo no ritmo dos fusos horários, e carrega em sua volta novos países”¹⁰. Em 2006, o pontapé

⁹ Por iniciativa de Giscard D’Estaing, o desfile do 14 de julho já foi organizado entre a *Bastille* e a *République* (1974 e 1979), enquanto que em 1975 foi realizado no *Cours de Vincennes* e em 1977 na escola Militar.

¹⁰ Discurso do Ministro da Cultura, conferência de imprensa da festa da música, 6 de junho de 2006.

inicial da Festa foi dado em Paris à meia-noite e um minuto, na noite do dia 20 para o dia 21 de junho, junto com Sydney! Essa sintonia festiva é eminentemente simbólica; criando um eixo virtual Paris-Sydney ela transforma Paris e os organizadores da Festa da Música em “mestres de cerimônia” de um evento organizado muitos milhares de quilômetros de distância.

EM CONCLUSÃO: UM INDICADOR FESTIVO PARA AS METRÓPOLES CONTEMPORÂNEAS

A festa “fala” da cidade: de suas realidades sociais, econômicas, políticas. Nossos trabalhos atuais concentram-se na criação de um “indicador festivo” suscetível de considerar o tamanho dos eventos festivos, sua recorrência, o número de seus participantes, os benefícios midiáticos ou a repercussão que eles tem na escala do planeta (se eles são, por exemplo, seguidos de maneira dessincronizada por aqueles que não participam deles? Criam, como a Paris-Praia ou a Noite Branca, eventos gêmeos em outras cidades? Encorajam um turismo festivo?).

No contexto de concorrência feroz à qual se entregam as cidades, a festivação urbana é um argumento potente do *city branding* (MARLING e ZERLANG, 2007; GOVERS e GO, 2009). O exemplo de Paris mostrou que as grandes festas urbanas, ao se direcionarem às populações residentes (uma cidade animada e festiva é *a priori* mais sedutora para as populações terciárias móveis que tem a possibilidade de escolher seu lugar de vida) tornam-se cada vez mais instrumentos de posicionamento internacional. A cidade global é festiva, e a cidade festiva é bem mais que uma soma de eventos festivos no ano: é um roteiro e uma ficção urbanos, um discurso narrativo da cidade proposto pelos atores locais, que visa projetar a cidade em direção a um estado de festividade permanente que apaga ou que suaviza os problemas e os conflitos urbanos.

Recebido em: 11/05/2011

Aceito em: 20/05/2011

BIBLIOGRAPHIE/BIBLIOGRAFIA

- ALT, John. Beyond class: the decline of industrial labor and leisure. *Telos*, n. 28, p. 55-80, 1976.
- BAUMAN, Zygmunt. Sociology and Postmodernity. *Sociological Review*, v. 36, n. 94, p. 790-813, 1988.
- BELANGER, Anouk ; CÔTE, Jean-François. Le spectacle des villes. *Sociologie et Sociétés*, Montréal, v. 37, n. 1, p. 87-108, 2005.
- BELL, Daniel. *The Cultural Contradictions of Capitalism*. New York: Basic Books, 1976.
- BERNIÉ-BOISSARD, Catherine. Ce que dit la fête de la ville, l'exemple de la FERIA de Nîmes. In : FOURNIER, Laurent Sébastien ; CROZAT, Dominique ; BERNIÉ-BOISSARD, Catherine ; CHASTAGNER, Claude (Dir.). *La Fête au présent : mutation des fêtes au sein des loisirs*. Paris : L'Harmattan, 2009. P. 89-97.
- BOLLON, P. La Fête comme un des Beaux-Arts. In: *Vous avez dit Culture? 1981-1991*, Chronique d'une décennie culturelle. Paris: Centre National de la Photographie, 1992.
- BURGEL, Guy. *La Ville aujourd'hui*. Paris: Hachette, 1993.
- BURGERS, J. Public space in the post-industrial city. In: ASHWORTH, G. J. ; DIETVOST, A. G. J. *Tourism and Spatial Transformations: Implications for Policy and Planning*. Wallingford: CAB International, 1995. P. 147-161.
- DEBORD, Guy. *La Société du spectacle*. Paris : Gallimard, 1996.
- DI MÉO, Guy. *La Géographie en fêtes*. Paris: Géophrys, 2001.
- FAINSTEIN, Susan. Book review: Justice, Nature, and the Geography of Difference (by David Harvey). *International Journal of Urban and Regional Research*, Malden, v. 22, n. 2, p. 339-341, 1998.
- _____. Competitiveness, Cohesion, and Governance: their implications for Social Justice. *International Journal of Urban and Regional Research*, Malden, v. 25, n. 4, p. 884-888, 2001.
- FLORIDA, Richard. *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books, 2002.
- GIBSON, Timothy. La ville et le spectacle : commentaires sur l'utilisation du 'spectacle' dans la sociologie urbaine contemporaine. *Sociologie et Sociétés*, Montréal, v. 37, n. 1, p. 170-195, 2005.
- GIRARD, Christophe. *Éditoriaux*. Nuit Blanche, 2005.
- GOTHAM, Kevin. Marketing 'Mardi Gras': Commodification, Spectacle, and the Political Economy of Tourism in New Orleans. *Urban Studies*, v. 39, n. 10, p. 1735-1756, 2002.
- _____. Theorizing Urban Spectacles. Festivals, Tourism and the Transformation of Urban Space. *City*, v. 9, n. 2, p. 225-246, 2005.
- GOTTDIENER, Mark. *Theming of America: Dreams, Visions, and Commercial Spaces*. Boulder: Westview Press, 1997.
- GOVERS, R. ; GO, F. *Place Branding*. Glocal, Virtual and Physical Identities, Constructed, Imagined and Experienced. New York : Palgrave Macmillan, 2009.
- GRAVARI-BARBAS, Maria. La 'Festival Market Place' ou le tourisme sur le front d'eau. Un modèle urbain à exporter? In: GRAVARI-BARBAS, Maria; VIOLIER, Ph. (Dir.). *Villes et Tourisme*, Norois, n. 178, p. 261-278, 1998.
- _____. *La ville festive*. Espaces, expressions, acteurs. Angers: Université d'Angers, 2000.
- _____. La 'fabrication' de la ville festive: Réflexions sur la manière de penser, faire et consommer la ville contemporaine. *Architecture, Tourisme et Villes de Méditerranée* –RENCONTRES

MÉDITERRANÉENNES DU TOURISME – Festival TransMéditerranée, 5^e, 2005, Nice. *Actes...* Nice: Éditions du Losange, 2005. P. 55-80.

_____. Communication présentée. In: COLLOQUE INTERNATIONAL « *La Fête au présent: mutation des fêtes au sein des loisirs* », Nîmes, 14-16 sep. 2006. *Actes...* Nîmes: Université de Montpellier, 2006.

_____. La 'ville festive' ou construire la ville contemporaine par l'événement. In: LAGEISTRE, Jérôme; FAGNONI, Edith (Dir.). *L'événementiel et les villes touristiques*. Paris: Association de Géographes Français, 2009. P. 279-290.

GUERRIN, Miguel; DE ROUX, Emmanuel. Pain et événements culturels pour tous. *Le Monde*, 4 octobre, 2004.

HARVEY, David. *The Condition of Post-Modernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Oxford: Basil Blackwell, 1989a.

_____. From Managerialism to Entrepreneurialism: the Transformation in Urban Governance in Late Capitalism. *Geografiska Annaler*, v. 71, n. 1, p. 3-17, 1989b.

KATZ-GERRO, Tally. Cultural consumption and social stratification: leisure activities, musical tastes, and social location. *Sociological Perspectives*, v. 42, n. 4, p. 627-646, 1999.

LAGOPOULOS, Alexandros. Postmodernism, Geography, and the Social Semiotics of Space. *Environment and Planning D: Society and Space*, v. 11, p. 255-278, 1993.

LAMONT, Michele ; MOLNAR, Virag. How Blacks use consumption to shape their collective identity: evidence from marketing specialists. *Journal of Consumer Culture*, v. 1, n. 1, p. 31-35, 2011.

LASH, Scott ; URRY, John. *Economies of Signs and Space*. New York: Sage, 1994.

LENFANT, Carine. Lyon, Lumières de décembre. *Urbanisme*, n. 331, p. 64-65, 2003.

LLOYD, R. ; CLARK, T. N. The City as an Entertainment Machine. In: AMERICAN SOCIOLOGICAL ASSOCIATION MEETING. *Research Report n. 454*. Chicago: The University of Chicago Press, 2000.

LOOSELEY, David. *The Politics of Fun*. Cultural Policy and Debate in Contemporary France. Oxford/Washington DC: Berg Publishers, 1995.

MAFFESOLI, Michel. *Le Temps des tribus: le déclin de l'individualisme dans les sociétés de masse*. Paris: Meridiens Klincksieck, 1988.

_____. *La Transfiguration du politique: la tribalisation du monde*. Paris: Le Livre de Poche, 1992.

_____. The return of Dionysus. In: SULKUNEN, Teoksessa Pekka ; HOLM WOOD, John ; RADNER, Hilary ; SCHULZE, Gerhard (Éd.). *Constructing the New Consumer Society*. New York: Saint Martin's Press, 1997. P. 21-37.

MARLING, Gitte ; ZERLANG, Martin. *Fun City*. Copenhagen: The Danish Architectural Press, 2007.

MILLS, Caroline. Life on the upslope: the postmodern landscape of gentrification. *Environment and Planning D: Society and Space*, v. 6, p. 169-189, 1988.

MULLINS, Patrick. Tourism Urbanisation. *International Journal of Urban and Regional Research*, Malden, v. 15, n. 3, p. 326-342, 1991.

MURRAY, Philippe. *Après l'histoire*. Paris: Les Belles Lettres, 1999.

PETERSON, Richard A. ; KERN, Roger M. Changing highbrow taste: from snob to omnivore. *American Sociological Review*, v. 61, n. 5, p. 900-907, 1996.

POLLIEU, A. La construction d'une possibilité d'une fête. In : COLLOQUE INTERNATIONAL « La Fête au présent : mutation des fêtes au sein des loisirs », Nîmes, 14-16 sep. 2006. *Actes...* Nîmes : Université de Montpellier, 2006.

RACINE J. B. The hidden faces of the city. In: BRAUN, G.O. (Éd.). *Managing and marketing of urban development and urban life*. Berlin : Actes de l'IGU/Commission de Développement urbain et de vie urbaine, 1994. P. 441-452.

_____. Entre pluralisme et complexité : le rôle des valeurs dans la pratique et l'apport de la géographie humaine. Chronique d'une écriture errante. *Revue Européenne des Sciences Sociales*, tome XLIV, n. 134, p. 231-245, 2006.

RAFFESTIN, Claude. Le rôle de la ville d'art dans l'avènement d'une économie de la contemplation. *Cahiers de Géographie du Québec*, v. 32, n. 85, p. 61-66, 1988.

REDOUTAY, Emmanuel. Gay Pride : marche revendicative et parade festive. *Urbanisme*, n. 331, p. 71-74, 2003.

RIOU, Alain. Paris, timide sous le masque. Un élu du XXe tente de ranimer la flamme. *Libération*, Paris, 16 février 1999.

SALZBRUNN, Monika. Le Carnaval de Paris : mise en scène de l'histoire et histoire de sa mise en scène. In : FOURNIER, Laurent Sébastien ; CROZAT, Dominique ; BERNIÉ-BOISSARD, Catherine ; CHASTAGNER, Claude (Dir.). *La Fête au présent : mutation des fêtes au sein des loisirs*. Paris : L'Harmattan, 2009. P. 39-42.

SAUVAGE, André. Fête la ville. *Urbanisme*, n. 331, p. 39-42, jul./aug. 2003.

WARDE, Alan. Consumption, identity formation and uncertainty. *Sociology*, v. 28, n. 4, p. 877-898, 1994.