

Philippe Steiner, *Faire la fête: sociologie de la joie*. Paris, PUF, 2023.

Por Mariana Barreto
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza,
Brasil
<https://orcid.org/0000-0002-0335-7123>

Uma sociologia da alegria por Philippe Steiner

O sociólogo e professor emérito da Sorbonne, Philippe Steiner, é conhecido dos brasileiros por seus trabalhos sobre sociologia econômica. São inúmeros cursos ministrados em universidades públicas brasileiras, livros traduzidos para o português do Brasil, assim como uma infinidade de artigos publicados em periódicos e conferências realizadas por todo o

país. Além de conhecido dos brasileiros, pode-se dizer que Steiner é também conhecedor do Brasil.

Todavia, seu mais recente livro, *Faire la fête: Sociologie de la joie*, publicado na França em 2023, apesar de tratar de temas caros à identidade nacional brasileira, a festa e a alegria, escapa a uma abordagem analítica e geograficamente situada, embora seu livro seja consagrado às festas tradicionais anuais de verão que acontecem na cidade de Bayonne, situada no sudoeste da França, parte do País Basco, onde Steiner passou sua infância e parte da adolescência. Ele e seu grupo de pesquisa acompanharam as festas de Bayonne, que duram cinco dias, de quarta a domingo, em suas edições de 2017, 2018 e 2019, para a realização de observações diretas, entrevistas, aplicação de questionários, coleta de materiais documentados em arquivos, acervos de artigos e demais produções oriundas da grande imprensa, sobre as quase ininterruptas noventa edições do evento. Não fossem, nos séculos XX e XXI, os anos de Ocupação e os de pandemia causada pelo coronavírus.

Seus objetivos estão bem precisados, seu esforço de construção do objeto não deixa dúvidas quanto a isso. Interessa-lhe a festa de rua onde os grupos de pessoas, que se encontram e se juntam para participar das festas, constituem a atração maior do espetáculo. As pessoas e seus grupos invadem o espaço público, dele se apropriam para dançar, cantar, rir, circular de bar em bar, restaurante em restaurante, para beber e comer as espécies gastronômicas que completam os festejos. As festas de rua de Bayonne deixam ver que a festa é a produção da alegria pelos festeiros, um prazer que dão a si mesmos e aos outros, produzindo a força que move a multidão pelas ruas estreitas da cidade, socialmente uniformizada pelo uso de roupas

nas cores bascas brancas e vermelhas, trajes oficiais da festa.

A força trazida pelas pessoas convidadas para a festa representa, assim, ao lado de outros três elementos imprescindíveis: a ocasião, o lugar e a força anfitriã, a reunião das condições sociais necessárias à realização das celebrações, para fazer a festa. São quatro elementos que sozinhos não funcionam, em separado, não dão conta da produção da alegria que faz a festa acontecer. Parte importante da vida social, triste ou alegre, a existência da festa, seu sucesso, evidentemente, reside nessa estratégia de encontro entre esses elementos situados em temporalidades distintas. Ou seja, a perspectiva relacional que explica a existência da alegria como vínculo social se expressa no anúncio da festa como promessa e no ato de sua preparação pelo anfitrião; na promessa cumprida pela presença física dos convidados, formando um coletivo produtivo que dará vida à atmosfera festiva, fazendo a alegria da festa, a ponto de evocar o momento de alegria em suas memórias, reforçando desse modo a perenidade de sua força criadora.

Assim, Steiner mostra que a atmosfera festiva (*ambience festive*) não se forma ao acaso, de modo espontâneo ou aleatório. Há todo um trabalho de organização que envolve relações de troca intra e extracomerciais. Do ponto de vista do encontro entre economia e cultura no fenômeno das festas, o autor destaca uma tipologia em três modelos: aquelas ancoradas na tradição, que cadenciam a vida cotidiana, cerimônias e ritos de passagem, por exemplo; a festa como evento, em estreita relação com o mercado, com os operadores globais da indústria cultural, os shows de turnês musicais mas também alguns carnavais brasileiros adequam-se como exemplos; e, por último, chamam sua atenção aquelas situadas no mesmo eixo

que as festas públicas de rua, que podem ser marcadas pela centralidade de um momento e muitas vezes indexadas historicamente. As festas de rua de Bayonne estariam situadas nesse eixo, tendo em vista que são financiadas por recursos públicos, operadas por um coletivo voluntariado e apoiadas pela atividade comercial de bares e restaurantes locais. Nesse caso, a atmosfera festiva se completa, não com uma atração artística especial, mas pela energia da participação popular que vai à festa.

Por essa razão, por não prescindir da presença popular, a festa de rua tem uma forma particular de ocupação e aclimação do/no espaço público discordante das celebrações públicas que marcam as festas nacionais ou religiosas. Apoiada em formas sociais mais modestas, sem o peso de instituições específicas, ela toma as ruas de forma menos controlada, mais livre aos encontros, novos e mais antigos. A deriva vadia e livre que invade a rua, não enquadrada de modo ritualizado pelas instituições, marca as conexões sociais que se realizam na alegria levada pela música, pelas exultações mundanas, pela abundância de comida e bebida, fazendo parte dos prazeres da festa.

Uma vez precisado pelo autor o que são as festas de rua, as festas de Bayonne são definidas como festas de rua por excelência. Daí em diante, a estratégia metodológica de inspiração durkheimiana tem em conta o exame de um caso singular bem definido e circunscrito, para seguir às generalizações capazes de complementarem e/ou renovarem a associação estreita, raramente trabalhada pela sociologia, entre festa e alegria.

Nesse sentido, algumas teses apresentadas pelo autor, tais como a de que a festa não prescinde de uma organização, ou mesmo a de que não representa simplesmente um momento de catarse, uma ocasião para escapar às agruras da

vida cotidiana, o fazem convergir com uma tradição de estudos brasileiros dedicados às festas populares, as de carnaval inclusive¹. A diferença encontra-se talvez, e aí reside uma contribuição original do estudo de Steiner para as ciências sociais não só brasileiras, em identificar na alegria o elemento “dinamogênico” da efervescência festiva. Não só por funcionar como sentimento/emoção/força social que mantém as pessoas agrupadas em torno de um acontecimento, mas por assumir a forma da magia social coletivamente produzida, e compartilhada, pela multidão convidada.

Noutros termos, pela alegria, o autor chega a identificar um outro tipo de produção econômica, acrescida à economia material e financeira, isto é, a economia da produção da alegria empreendida por todos os envolvidos no ato de festejar. A mesma alegria (vista positivamente), como ele mesmo marca, tantas vezes rechaçada pelos filósofos ou mesmo cientistas sociais; de Santo Agostinho às visões normativas de Blaise Pascal, com especial atenção a sua ausência nas pesquisas de Pierre Bourdieu² ou mesmo nos trabalhos representados pela teoria do ator racional, pelo individualismo metodológico, cara a Raymond Boudon. Desse lugar parte sua crítica a uma tradição sociológica sem alegria, quando o mundo social não a abandonou, mesmo nas situações onde se exercem as mais duras formas de dominação e onde “as coações às racionalidades dominam o horizonte da vida” (Steiner, 2023, p. 293).

Aos poucos, então, sua questão de pesquisa vai sendo depurada: “Fazer a festa” é produzi-la, organizá-la, mas igualmente dela participar, vivê-la como prática. Só assim ela se realiza, só assim a magia social, engendrada pela alegria coletiva, faz raiar e conservar a atmosfera festiva. A doxa da espontaneidade desse encanto produzido não resiste ao exame das festas de

Bayonne desde sua primeira edição, em 1932, arregimentada pela força anfitriã do arquiteto, conselheiro municipal e empreendedor cultural baionês Benjamin Gomez (1885-1959) e de comerciantes da cidade, com o intuito de reverter as privações comerciais experimentadas pela recessão econômica advinda com a crise de 1929³.

De forma organizada, a efervescência festiva encontra os imperativos do mundo econômico necessários para sua criação. Para além desse aspecto que interpela a ambivalente tese durkheimiana de que a festa supõe uma desregulação, uma supressão das regras e normas da vida cotidiana, para tonar possível a efervescência social, fortalecendo a coesão social, as festas de rua de Bayonne deixam ver que a desordem festiva é restringida por regras instauradas para garantir a segurança dos convidados ou para organizar os fluxos da multidão nos espaços das ruas da cidade, por exemplo. No mundo moderno, a imbricação festa e economia dificulta a clivagem discutida por Durkheim entre a vida ordinária e os momentos de celebração.

A efervescência festiva é racionalizada, o público das festas – como multidão, cujos comportamentos, dentro e fora da tradição sociológica, são marcados pelos sentimentos de imprevisibilidade, incerteza, insegurança, ou mesmo medo – recebe enquadramentos capazes de controlar ou dirimir as condutas excessivas dos indivíduos. A análise que entrecruza economia e cultura assim explica a construção social do público. A multidão afluí ao espaço da festa de forma programada, o que não implica um controle absoluto, a referência do autor às “*mictions sauvages*” (Steiner, 2023, p. 271) não deixa dúvidas quanto a isso. Como fluxo gerado e gerido num tempo e num espaço dados, ela é produzida, acolhida, distribuída e

renovada edição a edição. Esses processos de administração dos movimentos graduem a atmosfera da festa, compreendida como fato social que faz acontecer a efervescência festiva. Esse eixo da reflexão é sintetizado pelo uso do neologismo “*affoulement*”, que realiza as condições sociais de produção dessa multidão festiva, nos seguintes termos:

A aparição/ocorrência de uma multidão num espaço urbano não é algo evidente. Para produzir uma afluência festiva (*affoulement*), dois processos distintos, mas relacionados, são trabalhados. Ao conjunto de ações empreendidas pela organização das festas (organização das chegadas e partidas dos foliões, *festayres*; esforços específicos para atrair as crianças e seus pais para as festas; insistência sobre a importância de vir as festas em grupo) responde à demanda dos próprios foliões: os grupos festivos se formam sobre as bases de relações de amizade, profissionais e de gênero. Assim como em outros casos [...] a multidão presente nas festas de Bayonne é composta por grupos e não indivíduos isolados. (*Idem*, p. 217).

A densidade tantas vezes identificada à multidão, que desde o século XIX se colocou em contraposição ao indivíduo, como lugar onde as individualidades são sufocadas, adquire aqui fluidez. O processo de produção da multidão festiva é igualmente um processo de intervenção sobre a morfologia dessa dimensão da vida social, sobre a física dos grupos e demais indivíduos envolvidos na celebração. A preparação da festa cria condições para fazer fluir a multidão. A análise de sua força para a produção da alegria festiva afasta-se tanto da expressão adquirida na modernidade industrial, quando suscitava a diluição da realização pessoal ou das virtudes políticas e morais do indivíduo, quanto de sua expressão como massa

uniforme e fixa, quando as indústrias culturais trabalharam a cultura em estreita relação com a expansão econômica (Ortiz, 2017, pp. 25-26). As dimensões da técnica e do mercado, que operaram essa transformação na compreensão do indivíduo na modernidade, aparecem na análise de Steiner. Quando trata da multidão, o autor não perde de vista o indivíduo, afinal a desordem da alegria festiva é por ele ordenada (pelas forças de segurança, Samu, por exemplo), produzida, experimentada e renovada pela potência de cada indivíduo, quer seja parte do grupo anfitrião ou do grupo convidado. As coações experimentadas no cotidiano não deixam de se manifestar no universo extraordinário que trazem os dias de festa (Ortiz, 1980, p. 34). Também pela técnica, o ritual da festa impõe aos indivíduos práticas materiais que os condicionam. A segurança realizada pelas câmeras de vigilância evidencia isso.

[...] Uma moça que se autoidentifica como o “olho da prefeitura” examina ao longo da noite um mosaico de doze imagens simultâneas, exibindo sob demanda de uns e outros em uma grande tela de vinte e quatro imagens, graças a um *joystick* que ela manipula com facilidade, para selecionar aquelas que interessam ou modificar a orientação das câmeras e o nível de detalhe desejado nos limites permitidos pelo *zoom*. Como o “olho” vê a tela? Sobre quais incidentes seu olhar se detém? Em suas palavras, a vigilância pouco intensa exercida ao longo da noite se concentra sobre as agitações nas águas [do rio], podendo indicar uma queda no Nive e sobre a aceleração dos movimentos da multidão que ela considera como um indício de algo que merece sua atenção. Pode tratar-se de pessoas que se agarram pelas roupas, ou um deslocamento rápido, especialmente aquele de uma pessoa que não tem, ou não tem completamente, o traje de *festayre* (Steiner, 2023, p. 249)⁴.

A festa de rua como um fenômeno assim produzido, tal como o carnaval brasileiro, “deixa desta forma de ser visto[a] como a oposição da desordem à ordem, do extraordinário ao cotidiano, ele[ela] adquire uma certa heterogeneidade que se insere dentro de sua própria estrutura” (Ortiz, 1980, p. 33). Steiner talvez autorize tal aproximação. Em ambas as festas de rua há todo um trabalho de mediação que faz convergirem as criações de demandas e ofertas, assim como o controle sobre as condições de recepção das festas. As emoções e sentimentos gerados pelas intimidades de instante, pela flexibilidade no respeito à vida íntima, pelo contato entre os corpos impostos pela multidão, conseqüentemente pelos toques entre eles, reprovados pelas convenções urbanas em situações ordinárias, conferem à efervescência sua intensidade, evocando a objetivação das manifestações do sagrado e sua efemeridade, que tende a desfazê-las após as festas. Por essa razão, isto é, por vincularem os indivíduos uns aos outros de maneira tão singular, as festas são, segundo Steiner, “máquinas relacionais” e como tal nos constroem a estudá-las.

A pesquisa do sociólogo está apresentada de forma especialmente clara e especificada. São onze capítulos divididos em três partes, acompanhados pela introdução, conclusão e anexos estatístico e metodológico. Estes últimos, consagrados à explicação da construção do objeto, aos modos de sistematização dos dados e às reorientações operadas, sobretudo, pela pesquisa de campo – observação participante, entrevistas etc. – nas questões centrais para os resultados do trabalho⁵. Na verdade, o pragmatismo da exposição se reflete no controle das sínteses, quando aparecem, compreendidas no início de cada uma das partes e nas conclusões dos capítulos. A escrita direta e a exposição dos capítulos por tópicos rigo-

rosamente subdivididos autorizam tanto uma leitura de consulta à obra, quanto sua ágil e prazenteira leitura integral por um público ampliado. Pela forma e conteúdo da obra, a argumentação em torno de uma sociologia da alegria objetiva, também pela escrita, a intensa leveza da atmosfera festiva que tenta apreender como parte constitutiva de sua construção da festa como fenômeno sociológico.

Sua proposta de encerramento em *Faire la fête* é que a sociologia recupere as emoções positivas da alegria, enfrente os constrangimentos que ela lhe coloca, isto é, que seja alegre. A alegria como fenômeno social não deixa de existir em momentos tristes⁶, em situações de dominação, tampouco nos afasta do pensamento racional ou renega as misérias da vida. Steiner reforça que, como Durkheim já demonstrara, tanto numa situação quanto na outra, a festa, como fenômeno coletivo, restaura o tônus vital do grupo, permitindo ao indivíduo enfrentar os momentos felizes e infelizes da vida, sem necessariamente se constituir como uma compensação pelas agruras experimentadas no dia a dia. A alegria e sua dimensão “dinamogênica” movimentam os corpos, a multidão, os amigos, a cidade; na deriva deambulatória festiva, ela se transmite, se difunde e se impõe aos indivíduos (Steiner, 2023, p. 295), além de tocar-lhes todos os sentidos, visão, audição, olfato, paladar e tato.

Como “dispositivos sociais complexos”, as festas de rua engendram uma dimensão relacional de tipo especial: “oferecem esta alegria que faz o sal da vida, ou melhor ainda, seu *umami*, seu caráter saboroso. Um *umami* da vida que resiste, mesmo que esta permaneça marcada pela finitude e pela dor” (*Idem*, p. 293). Steiner e as ciências sociais nos convidam a refletir sobre uma sociologia da alegria que permita analisar a festa numa perspectiva da sociologia

dos sentidos, sem reduzi-la às teorias do ator racional ou da dominação.

Referências Bibliográficas

BOURDIEU, Pierre. (2002), *Le bal des célibataires: Crise de la société paysanne en Béarn*. Paris, Éditions du Seuil.

ORTIZ, Renato. (1980), *A consciência fragmentada: Ensaios de cultura popular e religião*. Rio de Janeiro, Paz e Terra.

ORTIZ, Renato. (jan./abr. 2017), “A problemática da cultura no mundo contemporâneo”. *Política & Sociedade*, 16 (35): 17-66.

STEINER, Philippe. (2023), *Faire la fête: Sociologie de la joie*. Paris, PUF.

forms/d/e/1FAIpQLSe5gNxgmLoXdezRWHe2Ow-ycV4jWMP-y8_eDcYpcOMJNehnTQ/viewform, consultado em 24/10/2023.

6. Haja vista o que fizeram Jorge Aragão, Dida, Neoci Dias, com letra e música, em “Vou festejar”, e Beth Carvalho, dando-lhe sua mais notável e popular interpretação.

Texto recebido em 13/11/2023 e aprovado em 17/12/2023.

DOI: 10.11606/0103-2070.ts.2024.218851.



Notas

1. Refiro-me aos trabalhos sobre as festas populares brasileiras, carnaval inclusive, de Roger Bastide, Maria Isaura Pereira de Queiroz, Roberto Da Matta, Renato Ortiz, Edson Farias e Celeste Mira, por exemplo.
2. Sua teoria da dominação não destina lugar à alegria, sentencia Steiner (2023, p. 293). Ainda que, de certa forma, tenha tomado uma festa como objeto analítico (Bourdieu, 2002).
3. O improviso é afastado pelo próprio Gomez, já em 1932, dirigindo-se aos donos de restaurantes e hotéis nos seguintes termos: “Estejam certos, não são festas comuns que nós preparamos. Nós estabelecemos as fundações de um edifício que a cada ano subirá um andar. As fundações devem ser admiravelmente calculadas para que o edifício não desmorone pelo peso dos primeiros andares” (*Idem*, p. 63).
4. Para um exemplo bem mais preciso da economia que ajusta a desordem festiva, ver os princípios da “Charte du festayre” de 2014, reproduzida pelo autor, Steiner, 2023, p. 265.
5. Inclusive parte dos instrumentos de pesquisa, notadamente o questionário aplicado aos *festayres* sobre seus comportamentos econômicos e práticas festivas, pode ser visualizado em <https://docs.google.com/>