

CULTURA POPULAR E O MARACATU RURAL: TRILHANDO O CAMINHO DO ESPETÁCULO

Sofia Araújo de Oliveira¹

¹ Mestranda em Cultura e Turismo – UESC. E-mail: sofia_plantur@yahoo.com.br

Recebido em 21/11/2010

Aprovado em 08/12/2010

RESUMO

O maracatu rural é uma das manifestações culturais pernambucanas mais conhecidas e é utilizada como um dos símbolos deste estado pela indústria cultural e turismo. Esta manifestação da cultura popular inicia na zona rural de Pernambuco e ao migrar para região metropolitana do Recife torna-se um ‘produto cultural’ chegando aos holofotes da mídia. Este artigo busca identificar como ocorre a comercialização do maracatu rural pela indústria cultural e turismo e compreender as implicações decorrentes da transformação do maracatu rural em um produto cultural. Para tanto, realizou-se uma revisão bibliográfica com bibliografia especializada e recente acerca dos conceitos de cultura popular, indústria cultural, turismo e maracatu rural. A partir desta análise, pode-se observar que as manifestações culturais populares, vem, cada vez mais, estreitando os laços com a indústria cultural e o turismo. A partir da comercialização várias mudanças são realizadas, dentre elas a modificação das performances para “impressionar” os turistas. Além disto, percebe-se que os brincantes passam a serem exigidos como profissionais, tendo que representar da melhor forma possível ações que fazem por prazer no período próprio de sua manifestação.

PALAVRAS-CHAVE

Maracatu rural; indústria cultural, turismo.

1. CULTURA POPULAR E INDÚSTRIA CULTURAL

As culturas populares são definidas por Canclini como

As culturas populares (termo que achamos mais adequado do que a cultura popular) se constituem por um processo de apropriação desigual dos bens econômicos e culturais de uma nação ou etnia por parte do seus setores subalternos, e pela compreensão, reprodução e transformação, rela e simbólica, das condições gerais e específicas do trabalho e da vida. (CANCLINI, 1983, p.43)

Inserido no contexto das culturas populares, encontramos a chamada cultura folclórica que, segundo as definições do 1º Congresso Brasileiro de Folclore, citado por Mello (1987, p. 473), “[...] refere-se às maneiras de pensar e agir de um povo preservadas pela tradição e pela imitação [...]”. No campo do folclore se situa a espontaneidade e a transmissão da experiência empírica dos homens que está intimamente ligada ao cotidiano. Nesse sentido, pode-se observar as

características apresentadas por Câmara Cascudo para conceituar o folclore: antiguidade, persistência, anonimato e oralidade. (Cascudo apud Mello, 1987) Outras características também podem ser acrescentadas à conceituação de Cascudo, como aceitação coletiva, tradicionalidade, dinamicidade, funcionalidade, espontaneidade e regionalidade. (AMORIM, 2004). É importante frisar o caráter funcional do folclore, pois segundo Almeida (1957) citado por Amorim (2004, p.5) “na cultura popular não existem atos gratuitos”. Em relação ao anonimato, verifica-se que, com a valorização dessas manifestações e, conseqüentemente, com a maior divulgação destas, grupos folclóricos iniciam a elaboração de CD’s e registro de suas músicas.

As manifestações culturais “podem ser entendidas como formas de expressão da cultura de um povo, constituindo movimentos de determinada cultura, em época e lugar específicos” (Carvalho, 2007, p.64). As expressões dessa cultura são diversas, incluindo música, dança, festas, rituais, etc. De acordo com Carvalho (2007), é no espaço cultural, no cotidiano que ocorrem as relações que embasam as manifestações culturais. Ou seja, este espaço cultural é o espaço de criação “natural” e espontâneo das manifestações.

Pensava-se, na modernidade, que as culturas folclóricas iriam acabar. No entanto, percebe-se que estas permanecem, desenvolvendo mecanismos de adaptação. A própria cultura de massa se utiliza das cultura populares, e vice-versa. Canclini (1983, p. 52) cita alguns exemplos desse intercâmbio e cruzamento entre culturas:

As companhias multinacionais de discos difundem nas metrópoles música folclórica, enquanto que os bailes em pequenos vilarejos são animados por conjuntos de rock. [...] a existência de adornos de plástico em vivendas rurais e de teares manuais que decoram apartamentos modernos, como outros exemplos do modo pelo qual os sistemas se cruzam, parecendo dissolver-se em formas mistas de representação e de organização do espaço.

A utilização de manifestações culturais populares como entretenimento tem sido cada vez mais comum, em diversos setores da indústria cultural, como é o caso do turismo. O entretenimento “é um dos pilares de nossa forma urbana capitalista de viver. E entreter significa deter o tempo, suspender o ter para sonhar com o ser- ou, melhor, sonhar que sé é (porque se tem) aquele ser que o outro é.” (CARVALHO, 2000, p. 70). Além disto, o entreter é utilizado para o lazer, para realizar uma pausa no cotidiano e no trabalho.

A utilização destas manifestações para fins comerciais e de entretenimento pode contribuir para que ocorram mudanças nas manifestações. Contudo, sabe-se que a cultura modifica-se constantemente, porém torna-se um problema quando são mudanças impostas ou quando não está de acordo com a vontade da comunidade que produz tais manifestações.

As performances são pedaços de comportamentos restaurados, podendo ser combinações de diversos destes comportamentos. Os comportamentos restaurados são ações que não são inéditas,

ou seja, são comportamentos feitos a partir da segunda vez. (SCHECHNER, 2003). Neste sentido, o comportamento restaurado “é a principal característica da representação” (SCHECHNER, 1995, p.205).

Os rituais são representações que tem a preocupação em fazer a ligação do passado, presente e futuro. Os gestos e ações são repetidos. “Um grande conforto emanava das representações rituais. Pessoas, ancestrais e deuses se reuniam num “eu fui”, “eu sou” e “eu serei””(Op. Cit., p.206). A repetição tem a função de ligação com os ancestrais, conferindo ao indivíduo a sua identidade.

Quando os comportamentos estão separados dos indivíduos que o praticam, eles podem ser armazenados, transmitidos, manipulados e transformados, pois os que os praticam não possuem a ligação com os ancestrais que deram origem a tais comportamentos. As transformações aumentam quando voltadas para a comercialização, segundo Carvalho, “no caso mais freqüente, os rituais sofrem uma redução semiológica e semântica no momento em que são transformados em espetáculo comercial” (2000, p.71). Manifestações que podem durar a noite toda como um cavalo-marinho¹, são reduzidos para se apresentar em uma hora.

Carvalho ainda defende que a exigência do público por divertimento rápido faz com que os artistas populares sejam mais bem pagos para apresentar um espetáculo em tempo menor que o tempo necessário para que os brincantes se sentissem satisfeitos em apresentar “a missão expressiva a que se dispuseram internamente. [...] A *performance*, em tais casos, deixa de se resumida ou condensada para ser morta, por ausência de tempo de vida. É o tempo espesso, aberto e vivo do sagrado que morre.” (Ibid, p.71)

Além das distorções impostas pelo mercado, existem grupos de classe média que surgem para simular rituais e manifestações populares com fins mercadológicos. Esta expropriação de tradições pode atropelar o zelo de comunidades por suas tradições sagradas, pois desvinculam estes rituais de “suas dimensões locais de identidade, pertença, religiosidade, consciência histórica, criação estética, originalidade, fonte de auto-estima e resistência política” (Op. Cit, p. 79).

É importante frisar que todas as manifestações culturais mudam ao longo do tempo, além disto, um elemento da cultura popular pode ser incorporado pela elite e vice-versa. A interação da cultura de massa, cultura popular e erudita produz ainda outros fenômenos. De acordo com Cavalcanti (2005, p. 31),

Níveis e circuitos da produção cultural de uma dada sociedade podem ser distinguidos como “cultura de massa”, “erudita”, “popular”, ou, ainda, “folclórica”. Essas distinções

¹ O cavalo-marinho é um folguedo pernambucano que se integra ao ciclo natalino que vai do dia 24 de dezembro até o dia de reis (6 de janeiro), é bastante popular na Zona da Mata Norte do estado, é uma variante do bumba-meu-boi. (NASCIMENTO, 2005) Este folguedo é um misto de teatro, música, dança e poesia.

podem ser úteis em alguns contextos, mas, notemos que, com muita frequência, um mesmo processo cultural atravessa esses diferentes circuitos de cultura.

Cavalcanti (2005, p. 31) defende que um processo cultural pode perpassar diferentes classificações de cultura. Além disto, a autora frisa que “um só processo cultural popular abriga, portanto, diferentes circuitos de produção e circulação”, ou seja, uma determinada manifestação se apresenta de maneiras distintas em ambientes distintos. Por exemplo, um maracatu pode se apresentar de forma condensada para um espetáculo em um teatro com duração determinada pelo contrato e se apresentar de forma orgânica por toda a noite na sua comunidade. De acordo com a autora, nestes casos os mestres e brincantes seriam os mesmos, movimentando-se entre circuitos, mas a manifestação teria significado diferente em cada um dos lugares apresentados.

A comercialização da cultura, para se adequar ao novo ritmo e modelo da sociedade, impõe alterações em manifestações culturais causando em alguns casos mudanças e, em outros, apenas alterações temporárias. Percebe-se que neste novo cenário ocorre o processo de “reconversão cultural” que consiste em “reconverter um patrimônio qualquer [...] para recolocá-lo em novas condições de produção e mercado” (NASCIMENTO, 2005, p.35).

Dentre as formas de comercialização da cultura popular, inclui-se o turismo que utiliza elementos culturais como atrativos e “diferenciais” de destinos, trazendo impactos positivos e negativos para as comunidades envolvidas com tais manifestações.

1.1 Cultura Popular e o Turismo

A cultura é um elemento que está presente em todas as viagens, mesmo que não seja a motivação principal de deslocamento do turista. Contudo, mediante a crescente uniformização de culturas provocada pela globalização, surge a tendência de uma procura maior por destinações onde se encontre a cultura como atrativo. Por outro lado da uniformização, “[...] há também uma fascinação pela diferença e com a mercantilização da etnia e da alteridade. Há juntamente com o impacto global, um novo interesse pelo local.” (HALL, 2000, p.37) Os turistas procuram culturas “autênticas” e desejam interagir com a comunidade e conhecer a realidade do lugar que visitam (DIAS, 2003).

A cultura popular é um diferencial já exposto há algum tempo como “produto”. Festas, artesanato, danças, rituais, gastronomia e costumes são trabalhados para atender aos turistas. A utilização destes elementos é feita, divulgando-se amplamente seus benefícios: movimentação da economia, geração de emprego e renda, aumento das vendas dos produtos artesanais e alimento, valorização e manutenção do patrimônio cultural local. Contudo, a gestão turística ansiosa por

resultados e sob a ótica capitalista, quase sempre, não engloba em seu planejamento bases sustentáveis que permitirá a perpetuação de seus recursos (ambientais e culturais) (DIAS, 2003).

A ausência do planejamento e de sua implementação provoca impactos negativos no âmbito cultural e pode acarretar: mudanças nas obras de arte e artesanato mediante a transformação em meros produtos; festas e rituais também podem alterar seus sentidos, passando a ser realizadas em função do turismo; o modo de vida local pode ser afetado pelo turismo ocorrendo a assimilação dos comportamentos dos visitantes ou até uma mudança radical do modo de vida local (DIAS, 2003).

No caso de rituais e folguedos, é comum a espetacularização para apresentação aos turistas. Estas manifestações são deslocadas de seu contexto tradicional de produção para se apresentar em teatros, hotéis e aeroportos. Segundo Cooper et al (2001, p. 211):

[...] cerimônias e rituais são muitas vezes levados a uma postura de exploração, reduzidos, tornados mais coloridos, mais dramáticos e mais espetaculares para capturar a atenção e a imaginação de uma audiência que, muitas vezes, não possui o conhecimento e a experiência básicos que tornariam atraente a versão não-adaptada.

Além da distorção de algumas manifestações, a espetacularização não contribui para uma melhora significativa da qualidade de vida da comunidade envolvida com a manifestação. De acordo com Gomes (2007, p.1) a manifestação cultural “deve buscar manter a sua dinâmica independente da atividade turística”. Contudo, dificuldades e impactos podem ocorrer através do intenso contato com turistas, dentre eles, a “rendição ao capital”. Comunidades com sérios problemas sociais e econômicos podem utilizar-se do turismo como ‘salvação econômica’, pondo esta dimensão acima das dimensões culturais.

As questões citadas mostram um pouco da complexidade em associar a cultura popular ao turismo. Percebe-se que impactos culturais podem ocorrer tanto em *performances* fora do contexto das comunidades, como quando os turistas se deslocam para estes locais. Contudo, como afirmou Gomes acima, é possível que haja uma inserção do turismo nas atividades próprias das comunidades. Por exemplo, festas religiosas podem ser utilizadas como atrativos, desde que haja uma preparação para receber o turismo, assim como, manifestações culturais que tem seu calendário de eventos abertos à presença da comunidade, podem ser inseridos no calendário turístico local.

Porém, para que as comunidades envolvidas com tais manifestações possam ser impactadas positivamente com a integração com o turismo, é necessário um intenso envolvimento da comunidade no planejamento desta atividade, buscando definir os benefícios e limites para que a população possa ser beneficiada e, ao mesmo tempo, respeitada, contribuindo para a sua manutenção simbólica e também como uma alternativa de renda.

Em Pernambuco, várias manifestações têm sido utilizadas de forma a atrair turistas, contudo percebe-se que esta utilização ainda é voltada para a espetacularização. O maracatu rural é uma das manifestações mais utilizadas na divulgação do estado devido a sua singularidade.

2 MARACATU RURAL E O ESPETÁCULO

2.1 Maracatu Rural

Em Pernambuco existem dois diferentes tipos de manifestações populares que passaram a ser conhecidas pelo termo “maracatu”: o maracatu nação (também chamado de “maracatu baque virado”) e o maracatu rural (também conhecido como “maracatu de baque solto”).

O maracatu nação tem sua origem nas festas de coroação dos Reis do Congo que aconteciam nos séculos XVII e XVIII, ao mesmo tempo como uma forma de expressão cultural dos negros e uma espécie de controle dos senhores sob seus escravos (ESTEVES, 2006). Com o passar dos anos, no entanto, esta manifestação passou a estar principalmente associada à relação que seus integrantes possuem com religiões afro-brasileiras e com os cortejos que costumam realizar nos dias de carnaval.

Existem várias denominações para se referir ao outro maracatu, dentre elas, as mais conhecidas são “maracatu rural” ou de “baque solto”. O maracatu rural é uma manifestação típica da zona da mata norte de Pernambuco que tem sua origem no sincretismo de vários folguedos populares existentes no interior de Pernambuco (pastoril e `baianas`, cavalo-marinho, caboclinhos, folia (ou ranho) de Reis, etc.). (REAL, 1990)

O maracatu rural tem seu contexto de origem nos engenhos e usinas de cana-de-açúcar, onde os brincantes vivem e trabalham no corte da cana. De acordo com Medeiros (2005, p.206), este ambiente era opressor, pois “existia um forte coronelismo, autoritarismo, cerceamento da liberdade, violência. A disciplina nos engenhos era medieval, cheia de castigos, punições, privações de divergências políticas e religiosas”.

A autora ainda relata que o maracatu rural se constitui como umas das primeiras formas de contestação dos maracatuzeiros, onde eles imprimem sua revolta através das “coreografias, da necessidade de proteção espiritual e porte de armas, a imensa lança², ritmo selvagem, o conteúdo de protesto das loas [...]” (MEDEIROS, 2005, p. 206).

2 A figura de destaque do maracatu rural é o caboclo de lança que usa uma indumentária belíssima composta por uma gola com desenhos feitos em lantejoulas, uma cabeleira com fitas coloridas e usam uma lança de madeira pontiaguda recoberta com inúmeras fitas coloridas, chamada guiada (ASSIS,1996)

O folguedo é “ligado ao período carnavalesco, época em que seu sentido social junto à comunidade de origem se torna mais vivo”. (VICENTE, 2005, p. 27) No período do carnaval, os canavieiros se enchem de alegria, pois se tornam poderosos ao se tornarem “guerreiros”.

O maracatu rural possui várias características que o diferencia do maracatu-nação, dentre as quais está o batuque ou baque “no qual o número de instrumentos de percussão é reduzido e acrescentaram-se os instrumentos de sopro, o clarinete e o trombone (ASSIS,1996, p.21). A organização do folguedo em sua apresentação é bem diferente também do maracatu-nação, tendo como elementos:

Baianas

As baianas eram tradicionalmente homens vestidos de mulher, mas hoje as mulheres assumiram este papel. Existem as baianas tradicionais que não passam de cinco por grupo. “Uma segura a boneca de pano, (dama da boneca), as outras seguram buquês de flores (dama de buquê). A dama da boneca tem a responsabilidade de trazer consigo a proteção do Maracatu rural.” (MELO apud NASCIMENTO, 2005, p. 96)

As baianas usam vestidos longos, com saia de armação de arame. Alguns vestidos são bordados o que torna a fantasia mais pesada. De acordo com Vieira apud Nascimento (2005, p. 96), os vestidos “geralmente trazem as cores das entidades espirituais que regem individualmente cada uma delas e representam o equilíbrio espiritual do folguedo.” Os emblemas dos grupos são carregados pelas mulheres nas mãos. No caso do Piaba de Ouro, é feita uma Piaba, a qual é segurada nas mãos.

Caboclos de lança

Este personagem é a figura que mais se destaca no maracatu, por estar em grande número, pela riqueza de sua fantasia e pelas evoluções feitas durante a apresentação do maracatu. Os caboclos de lança usam nas costas o *surrão*, uma indumentária de madeira com 3,5 ou 7 chocalhos de bronze que fazem muito barulho com os movimentos dos caboclos. Para cobrir o *surrão*, usa-se

uma grande gola, que vai até a altura dos joelhos, tecida em veludo e bordada com lantejoulas coloridas, formando os mais variados desenhos; na cabeça usam um chapéu revestido por uma grande quantidade de papéis multicoloridos cortados em tirinhas, dando a idéia de uma enorme cabeleira. [...] usam sapato tênis, meias de jogador até os joelhos e calças curtas coloridas sobrepondo-se às meias. Camisas de mangas compridas também coloridas, completam a indumentária. Pintam seus rostos com tinta vermelha ou laranja e usam uma lança de madeira pontiaguda recoberta com inúmeras fitas coloridas, chamada *guiada*. Estão sempre de óculos escuros e os mestres dos caboclos usam um cravo branco na boca, que segundo eles serve para “fechar o corpo”, não deixando que nenhum mal os ameace. (ASSIS, 1996, p. 25-26)

A *guiada* é utilizada para realizar movimentações, o caboclo tem a habilidade de movimentá-la como se tivesse empunhando uma arma e tivesse seguindo para uma batalha,

segurando-a horizontalmente, como se tivesse a atacar. Em determinados momentos, a lança é posta para o alto ou para os lados. A guiada é feita “de madeira imbiriba ou de quiri, cortada por eles mesmos na mata, assada e enterrada na lama por quatro ou cinco dias para endurecer, descascada e afilada na ponta de quatro quinas, antes ser toda enfeitada por dezenas de metros de fitas coloridas.” (BONALD NETO apud NASCIMENTO, 2005, p. 95)

Caboclos de pena ou arrea-má

Os caboclos de pena, também chamados *arrea-má* que segundo Assis (1996) que dizer o “que tira o mal”, tem relação com o catimbó. Eles usam um chapéu com penas de pavão assemelhando-se a uma coroa. Usam uma mini gola ou “camisa bordada, calça na altura dos joelhos, e, na cintura, fitas e penas de pássaros. Trazem consigo arco e flecha enfeitados de fitas, e também é comum usarem óculos escuros.” (NASCIMENTO, 2005, p. 96)

Corte Real

De acordo com Assis (1996), o maracatu rural não possuía a corte, o acréscimo desta no folguedo foi uma pressão da Federação Carnavalesca de Pernambuco. A corte é composta pelo rei, a rainha e o porta-estandarte.

Orquestra

A orquestra é “composta de trombone, trompete, clarinete e do *terno* bombo, surdo, tarol, porca (cuíca) e gonguê.” (REAL apud NASCIMENTO, 2005, p.97) Contudo, de acordo com Nascimento, a composição da orquestra pode variar, retirando alguns desses instrumentos ou acrescentando outros como o ganzá e o saxofone.

Toadas

A música do maracatu rural é chamada de “samba de matuto” onde os versos se assemelham com o do aboio e do repente. (ASSIS, 1996) A improvisação própria deste tipo de música, permite que os Mestres deem sua opinião sobre diversos assuntos. “Isso confere a essas loas um caráter dinâmico possibilitando que o *mestre* imprima sua marca pessoal, conquiste o respeito dos demais e acrescente autoridade à sua figura.” (NASCIMENTO, 2005, p.97)

Sambadas

As sambadas começam a ocorrer no início do corte da cana, a partir de setembro. As sambadas são encontros onde estão presentes os Mestres com o *ternos* e os caboclos de lança. Nestes encontros, as fantasias são deixadas em casa, pois eles se encontram para “afinar o improviso”. (ASSIS, 1996) (VICENTE, 2005)

O local do encontro é no terreiro de alguma barraca no meio do canavial onde se é consumida muita cachaça. Na sambada ocorrem os desafios entre Mestres. “A eles são dados os motes e naquele instante improvisam suas rimas. As construções poéticas variam como os repentes.

Pode ser um samba em quatro, em seis ou em dez. Um samba curto ou um samba longo, um galope ou uma marcha.” (ASSIS, 1996, p.23) Parte dos versos são respondidos por *baianas* de voz aguda. (VICENTE, 2005).

2.2 A comercialização do maracatu rural

O fortalecimento da relação dos maracatus com a indústria cultural se inicia na década de 90 e a espetacularização ocorre principalmente com os grupos situados na região metropolitana do Recife que estão mais próximos das indústrias culturais, de turismo e dos meios de comunicação de massa.

De acordo com Vicente (2005), a década de 90 foi um momento propício para a difusão e divulgação de artistas populares em Pernambuco. Neste período ocorreu o surgimento do movimento *manguebeat*, que afirmava em sua estética a possibilidade unir o “universal” ao “local”. Segundo Vicente, o *manguebeat* não foi o determinante responsável pela valorização da cultura popular, mas

A Cena Pernambucana, mesmo com suas contradições internas, ampliou o espaço na mídia e nos eventos culturais para os mestres e cantores “populares”, inserindo-se em contextos ‘POP’ ou ‘CULT’ de forma mais intensa do que anteriormente. Artistas que até então tinham seus trabalhos reconhecidos apenas em suas comunidades, ou mesmo que consolidaram uma carreira voltada à demanda do turismo cultural e das escolas no mês do folclore (a exemplo do Mestre Salustiano), atualmente são atrações de eventos voltados para a classe média e para uma juventude, o que aumenta consideravelmente seus cachês. Os artistas do **Mangue**, em sua maioria, assumiram o papel de divulgadores dos seus referenciais da cultura popular. O processo de legitimação é mútuo: o artista popular legitima o jovem músico como conhecedor de tradições locais, e o músico legitima o artista popular como artista. Da mesma forma, a presença das manifestações regionais, ajudou a manter um clima de novidade aos festivais da cena. (VICENTE, 2005, p. 112)

Vicente analisa as formas de comercialização do maracatu e afirma que o consumo vem sendo feito principalmente através da utilização da imagem da manifestação pelos meios de comunicação. Contudo, percebe-se que a divulgação é quase que exclusivamente voltada para imagem do *caboclo de lança*.

A utilização deste personagem passou a ser muito comum em propagandas e eventos de um modo geral. Os publicitários utilizam a imagem fartamente, ligando a figura do caboclo de lança a produtos, empresas e instituições, dentre elas: companhias telefônicas, escola de idiomas, bancos e prefeituras. Esta utilização é feita para dar um toque regional à empresa ou produto.

Blocos carnavalescos convidam caboclos para desfilar seguidos de orquestras de frevo ou de maracatu nação, ou ainda eventos contratam caboclos para ficarem “parados e em pé na porta

principal de eventos, com o simples intuito de enfeitar a entrada e criar um toque regional ao evento.” (VICENTE, 2005, p.126)

Em todos os casos citados acima, o caboclo de lança aparece sem a corte e sem os músicos e outros personagens. De acordo Vieira apud Vicente (2005), é comum bandas locais divulgarem a imagem do maracatu rural sem usarem a sua estrutura musical.

A ampla utilização da imagem “revolta” alguns brincantes como o Mestre Salú que em entrevista à Nascimento (2005), dizia-se insatisfeito em vê imagens do maracatu sendo vendidas sem retorno para o brincante.

De acordo com Medeiros (2005), o maracatu Piaba de Ouro é o mais profissionalizado de Pernambuco, isto se deve à ampla visão empresarial e administrativa de seu fundador, o mestre Salustiano.

Medeiros (2005, p.193-194) relata, contudo, que

[...] os maracatus rurais da Região Metropolitana do Recife, desprezam os rituais mágico-religiosos, são mais luxuosos, têm maior preocupação com as disputas no campeonato e, nas apresentações, demonstram possuir muito menos emoção entre os seus integrantes do que os da Zona da Mata de Pernambuco. Fica bem evidenciado, portanto, que as atividades de cultura popular encontram-se cada vez mais na esfera do consumo, submissa, convergindo para a lógica do mercado e está tomando o caminho das escolas de samba do Rio de Janeiro, quando se constatou que os carnavalescos que organizam os desfiles da escola de samba passaram a ser artistas formados em Belas Artes e não mais os sambistas oriundos dos morros. Acredita-se que isso possa provavelmente acontecer num futuro próximo com o maracatu rural, se continuar esse processo de comercialização.

2.3 O Maracatu Rural e o turismo

O turismo é uma das atividades que vem, em Pernambuco, contribuindo para a inserção do maracatu nesta indústria cultural. O maracatu rural chama a atenção dos turistas por ser uma manifestação “exótica” e a indumentária do caboclo é um convite “a fotografias” por ser muito colorida e bonita. “Numa sociedade que valoriza excessivamente a aparência, os maracatuzeiros, para se sentirem incluídos, preocupam-se cada vez mais com o brilho colorido de suas vestes.” (Medeiros, 2005, p.196) Medeiros ainda constata que as políticas de turismo e cultura valorizam o maracatu pela sua beleza espetacular.

O Estado se apropria da imagem do caboclo de lança com o objetivo de criar laços identitários entre sociedade e governo, atrair turistas, mas não valorizam, nem alteram as condições de sobrevivência das classes subalternas, nem promove uma melhoria na vida de seus integrantes (Medeiros, 2005, p. 199).

O maracatu rural é utilizado como um dos símbolos da “pernambucanidade”, contudo, como já foi exposto, há uma super valorização da imagem do caboclo de lança na divulgação turística do estado. Além disso, é freqüente a exposição de caboclos em eventos voltados a recepção do turista,

incluindo raramente a corte e o terno. O que se percebe é a valorização estética da figura do caboclo de lança, deixando à margem todos os outros elementos da manifestação.

Neste sentido, percebe-se que ocorre a reificação dos elementos, de forma a se enquadrar no formato próprio do turismo. Elementos da manifestação que podem atrapalhar o andamento da atividade turística, são “cortados” para que a performance seja espetacular de forma a agradar os turistas. Como exemplo, observa-se o receptivo turístico que ocorre no aeroporto do Recife, no período que antecede o carnaval, realizado pela Empresa Pernambucana, onde os caboclos de lança, tiveram que tirar os chocalhos (espécie de sino que fazem muito barulho) para não atrapalhar o andamento das atividades do local. Vê-se que os grupos tem que ceder, e abrir mão de elementos importantes para a própria noção estética do grupo.

Outras questões também se desenvolvem quando manifestações culturais populares voltam-se ao turismo e à indústria cultural como a “profissionalização” de brincantes. Estes passam a seguir as rotinas do “trabalho”, tendo que cumprir horários e representar da melhor forma possível. Neste sentido, os maracatus rurais em Pernambuco já vem contratando caboclos de lança mais habilidosos para desenvolver *performances* melhores. Manifestações que possuem o caráter social, lúdico e sagrado³ no carnaval, passam a ter a função econômica quando comercializadas.

3. CONCLUSÃO

As manifestações culturais populares, vem, cada vez mais, estreitando os laços com a indústria cultural e o turismo. A partir da comercialização várias mudanças são realizadas, dentre elas a modificação das performances para “impressionar” os turistas. Além disto, percebe-se que os brincantes passam a serem exigidos como profissionais, tendo que representar da melhor forma possível ações que faz por prazer no período próprio de sua manifestação. Dentre as várias manifestações utilizadas pelo turismo, encontra-se o maracatu rural, no estado de Pernambuco, onde vem ocorrendo as transformações citadas acima.

A comercialização de grupos populares é uma realidade que deve ser mais discutida e estudada através de muitos questionamentos, dentre eles: será que as alterações impostas pela indústria cultural é uma mudança “natural” da cultura? O fato de os brincantes, muitas vezes, não terem voz no momento de negociação das apresentações é justo? Quem é o público e quais são os interesses deste em assistir *performances* de grupos populares?

³ O maracatu rural tem ligação com o Xangô e o catimbó-Jurema. Existem rituais de preparação antes do carnaval e o calçamento de fantasias. Contudo, percebe-se que, muitos grupos, vem ressignificando tais rituais e, em alguns grupos, muitos integrantes já não realizam as “obrigações”.

REFERÊNCIAS

ASSIS, M^a Elizabete A. **Cruzeiro do Forte: a brincadeira e o jogo de identidade em um maracatu rural**. Recife, Dissertação de Mestrado em Antropologia, UFPE, 1997

CANCLINI, N.G. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo:Brasiliense, 1983

CARVALHO, José Jorge. " O lugar da Cultura Tradicional na Sociedade Moderna" in **Seminário Folclore e Cultura Popular**. Rio de Janeiro: Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular/FUNARTE, 2000. P.23-38.

CAVALCANTI, M. L. Culturas populares: múltiplas leituras. **Seminário Nacional de Políticas Públicas para as Culturas Populares**. São Paulo: Instituto Pólis; Brasília: Ministério da Cultura, 2005. 184 p.

COOPER, C. et al. **Turismo, princípios e práticas**.2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

DIAS, R. **Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.

ESTEVES, L.E. **O “contemplar” e o “interagir”: relações entre os turistas e os integrantes do Maracatu _ação Estrela Brilhante (Recife-PE)**. Recife, 2006, 69 f. Monografia (Graduação em Turismo) Universidade Federal de Pernambuco.

GOMES, M.E. Reflexões acerca turismo e cultura. **Revista Espaço Acadêmico**. Ano VII, Nº 73, jun. 2007. Disponível em: <<http://www.espacoacademico.com.br/073/73gomes.htm> Acesso em: 15 dez. 2007.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 3º ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

MEDEIROS, Roseana Borges. **Maracatu Rural: Luta de classes ou espetáculo?** Fundação de Cultura Cidade do Recife. (Coleção Capibaribe 2). Recife 2005. SANTOS, Milton. O retorno do Território. In Território: globalização e Fragmentação. Ed. Hucitec. SP. 4ª ed. 15-20, 1998.

NASCIMENTO, M.C.M, **João, Manoel e Maciel Salustiano: três gerações de artistas populares recriando os folguedos de Pernambuco**. Recife: Ed. Associação Reviva, 2005.

REAL, Katarina. 1990 [1967]. **O folclore no carnaval do Recife**. Recife: Massangana

VICENTE, Ana Valéria. **Maracatu rural: o espetáculo como espaço social**. Recife: Associação Reviva, 2005. 148 p.

VIEIRA, S.S. 2003. **Dos canaviais à capital: cabocarias de flecha, maracatus de orquestra, baque solto, rural**. Recife. 141 p. [Dissertação de Mestrado] UFPE.

VIEIRA,S.S; SILVA, S.A. **Caboclo de Lança: imaginário, identidade e narrativa social**. In: XIII Congresso Brasileiro de Sociologia. p.1-13 Disponível em: <http://www.sbsociologia.com.br/congresso_v02/papers/GT25%20Sociologia%20da%20Cultura/Microsoft%20Word%20GT_Sociologiadacultura_SeviaSumaia_JoaoMarcelo.pdf> Acesso em: 01 de mai.2009

SCHECHNER, Richard. Restauração do comportamento. In: BARBA, Eugênio; SAVARESE, Nicola. **A arte secreta do ator**: dicionário de antropologia teatral. Campinas: Hucitec, 1995. p. 205-210.

SCHECHNER, Richard. “O que é performance”. In: Revista **O Percevejo**, Programa de Pós-Graduação em Teatro, UNIRIO. nº 11, vol 12, Rio de Janeiro, 2003.