

Lugar de música é na feira! Cultura popular, sertanejo caipira e folkcomunicação na figura do cantor curioso de Alto Araguaia, Mato Grosso

Lawrenberg Advíncula da Silva¹

Aline Teles Nascimento²

Luíza Purcino³

RESUMO

O presente artigo reflete sobre o lugar-comum ocupado pelo sertanejo caipira em cenários midiáticos ainda considerados periféricos no interior brasileiro, ao reconhecer o cantor Curioso enquanto agente folkcomunicador na pequena cidade de Alto Araguaia, sudeste de Mato Grosso. O objetivo é verificar de que modo determinadas manifestações populares propiciam narrativas subalternas no espaço urbano, a partir de um processo de mediação cultural e de oferta de “entretenimento tático” que subverte à lógica industrial da grande mídia. Trata-se de uma observação etnográfica desenvolvida parcialmente pelo grupo de pesquisa Comunicação dos Esquecidos, do curso de Jornalismo da Unemat local, do qual parte das aproximações teóricas e possíveis entre a compreensão de cultura popular e de folkcomunicação.

PALAVRAS-CHAVE

Folkcomunicação. cultura popular. sertanejo caipira. Alto Araguaia.

Music place is at the fair!: Popular culture, hillbilly country music and folk communication in the figure of curious singer Alto Araguaia, Mato Grosso

ABSTRACT

¹ Mestre em Estudos de Cultura Contemporânea e professor assistente do curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo, Unemat. Coordenador-geral da revista científica Comunicação, Cultura e Sociedade – RCCS. E-mail: lawrenberg@unemat.br

² Graduanda do curso de Comunicação Social – habilitação Jornalismo, Unemat. E-mail: aline_tn@outlook.com

³ Graduanda do curso de Comunicação Social – habilitação Jornalismo, Unemat. E-mail: luizapurcino@hotmail.com

This article reflects on the commonplace occupied by hillbilly backcountry in media scenarios still considered peripheral in the Brazilian interior, to recognize the singer curious as folkcommunication agent in the small town of Alto Araguaia, southeast of Mato Grosso. The goal is to verify that certain demonstrations so provide subaltern narratives in urban space, from a process of cultural mediation and offer of "tactical entertainment" that subverts the industrial logic of the mainstream media. It is an ethnographic observation partially developed by the research group of Forgotten Communication, Journalism course the local Unemat, which part of the theoretical and possible links between the understanding of popular culture and folk communication.

KEYWORDS

Folkcommunication. popular culture. hillbilly backcountry. Alto Araguaia.

Introdução: a dinâmica das culturas populares e da teoria da folkcomunicação

Ao analisar as manifestações do sertanejo caipira a partir de sua relação dialética com as indústrias de entretenimento e, propriamente, a noção de cultura de massa na pequena cidade de Alto Araguaia, interior de Mato Grosso, o presente artigo considera os estudos em folkcomunicação enquanto teoria genuinamente brasileira: na medida em que permitem uma hermenêutica dos e sobre os fenômenos socioculturais para além das pesquisas qualitativas do funcionalismo estadunidense. Mas, ao mesmo tempo, refletindo mais especificamente na crônica do apresentador Zeca Camargo (Globonews, 28/06/2015), da qual, entre a crítica à cobertura dada à morte do sertanejo Cristiano Araújo e o que o jornalista designava de mainstream da música popular brasileira, as discussões a serem traçadas aqui também vão contemplar o lugar-comum da cultura popular, desde sua condição dinâmica ao longo da história (CARNEIRO, 2008)⁴, ao fato de ser compreendida em seu

⁴ Segundo o folclorista Edson Carneiro (2008, p.65), o folclore é dinâmico, pois:

“participa de um processo geral que envolve, permanentemente, mecanismos internos, aquisitivos, desintegrativos e de recomposição e recombinação, e movimentos externos, que tomam forma agressiva ou acomodatória, que por sua vez ocasionam novos processos internos”.

posicionamento político adentre os limiares de processos civilizatórios essencialmente distintos.

Das comunidades primitivas do período neolítico aos dias atuais, há uma estreita ligação das formas populares com a tradição oral e as diversas práticas sociais que sedimentam – e sedimentaram – a sociabilidade humana, na medida em que estas últimas fazem-se subjazidas por relações interpessoais predominantemente informais, orais; bem como anteriores aos primeiros indícios do que se compreendem como letramento formal. Bem como, vale ressaltar que tratamos de um conhecimento peculiar ao povo, passado de geração para geração, cuja constituição é feita por variáveis empíricas e conectadas com os modos de ser, de pensar e de agir de cada ser humano. Ao passo de, inevitavelmente, dedicar especial atenção a fatos comuns, como, por exemplo, técnicas de carpir a roça, ou preparar alimentos, ou mesmo lendas e superstições.

Isto, conforme o sociólogo francês Edgar Morin (1977b), ampliaria o leque de entendimento sobre os agentes, os objetos e as múltiplas práticas culturais para além do sentido próprio, etnográfico ou histórico. Tal qual, em uma oposição gramsciana ao culto, significaria apontar para um deslocamento do foco dos estudos interdisciplinares sobre as culturas populares, antes vocacionadas na cobertura etnográfica de tradições antigas, para um olhar mais generoso diante das camadas denominadas incultas e também marginalizadas de projetos de modernização excludentes, sobretudo, em suas táticas de resistência sociocultural.

Na tradição anglo-saxônica dos *Cultural Studies*, fundada na universidade de Birmingham – principalmente a partir da criação da *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS) –, ao final da década de 1950, esta percepção de cultura popular abrangia um complexo jogo entre ideologia e as representações de classe, de raça e de gênero na sociedade. Inicialmente o recorte aspirava atender às maneiras de aquisição do conhecimento das minorias sociais e suas subculturas, num momento histórico da qual a sociologia dos “de baixo” e a própria literatura popular eram totalmente negligenciadas pelas publicações e rodas de conversa das principais comunidades científicas, vide Oxford, Londres. Obras como *The Uses of literacy* (HOGGARTS, 1957) e *Culture and society* (WILLIAMS, 1958), além do êxito alcançado pelo periódico *New Left*, então porta-vozes da época dos *Cultural Studies* na

Europa, exprimiam uma crítica marxista aos sistemas de conhecimento estabelecidos e, sobretudo, enfatizavam o cotidiano das classes populares enquanto precípuo campo de investigação.

Já nos primeiros estudos brasileiros sobre a dimensão ontológica da cultura popular e folclore, um grupo eclético de pesquisadores e formado por folcloristas, tradicionalistas, historiadores, etnógrafos e antropólogos, atribuíam-lhe uma aproximação da noção com as diferentes bases formadoras do povo brasileiro (RIBEIRO, 1995: p.20)⁵. Ou seja, identificando, mapeando e legitimando hábitos, costumes e maneiras de interacionismo simbólico advindos de outras matrizes e sincretismos culturais, senão dizendo, totalmente opostas às expostas pelos grupos luso-europeus, que desde o século XV já haviam aportados nestes “tristes trópicos”⁶.

Entretanto, quando a cidade moderna emerge enquanto palco dos fenômenos constituintes das múltiplas identidades do sujeito contemporâneo, sobretudo, em sua experiência disjuntiva com os meios de comunicação e as novas tecnologias digitais, a interpretação das culturas populares pressupõe condições variadas e nem sempre ideais de apropriação e (inter)mediação de conteúdos informativos pelas classes abastardas. Já que o surgimento e consolidação dos meios de comunicação de massa também propiciaram o advento de novos instrumentos ideológicos de dominação, hegemonia e poder.

Segundo Stuart Hall (2003), as mensagens dos meios de comunicação são decodificadas de acordo com a forma das quais as relações de poder e hegemonia se estabelecem frente a “leitura preferencial” dos seus envolvidos. O que implica apontar que todo significado das mensagens não seja fixo, nem muito menos despido de ideologias dominantes. Trata-se de uma lógica que, por exemplo, se aplicada à prática jornalística,

⁵ De acordo com o antropólogo Darcy Ribeiro (1995: p.20):

A sociedade e a cultura brasileiras são conformadas como variantes da versão lusitana da tradição civilizatória européia ocidental, diferenciadas por coloridos herdados dos índios americanos e dos negros africanos. O Brasil emerge, assim, como um renovo mutante, remarcado de características próprias, mas atado genesicamente à matriz portuguesa, cujas potencialidades insuspeitadas de ser e de crescer só aqui se realizariam plenamente.

⁶ Título de uma das principais obras do antropólogo estruturalista Claude Lévi-Strauss, cuja abordagem enfatiza as suas primeiras viagens em solo brasileiro e a organização social das tribos indígenas tupis, bororos e nhambiquaras.

justificaria o poder de jornalistas na atribuição de sentidos aos fatos, ao passo de muitas vezes desdize-lhes ao fragor das influências sociais e políticas.

Do ponto de vista da cultura popular, estamos nos referindo a uma condição paradoxal, pois, assim como os meios massivos contribuíram na popularização e cristalização de manifestações artísticas como a bossa nova na década de 1960, também foram responsáveis pela marginalização delas, ao converterem-nas em mercadoria de uso mais utilitário do que realmente apreciativo. Mais do que remontar os postulados da escola frankfurtiana em relação à ideia de cultura advinda das mídias, aqui a crítica reside na capacidade de empoderamento de pequenos grupos hegemônicos sobre dispositivos midiáticos com ampla difusão cultural e penetração popular.

No Brasil, a atuação destes grupos hegemônicos da mídia não difere das primeiras elites nacionais, formadas por famílias lusitanas, luso-brasileiras e seus descendentes. Tal como, mais recentemente, parece reatualizar práticas coronelistas e de relações de clientelismo, provando assim, numa perspectiva neomarxista, que as culturas massificadas vem ao longo das décadas se constituindo numa valiosa matéria-prima para as classes dirigentes, ocupando igual ou maior importância que o ouro e o diamante em outras épocas.

Na contramão disso, talvez a maior militância resida na vasta produção bibliográfica de Luiz Beltrão (1980), jornalista, primeiro doutor em Comunicação e pai da teoria da Folkcomunicação. Através dele, legitima-se o protagonismo cultural e midiático de contingentes excluídos e oprimidos ante os sistemas industriais e hegemônicos de comunicação social.

Excluído dos sistemas de comunicação social, e não podendo – pela própria condição humana – dispensar o intercâmbio de mensagens culturais, integrariam sem dúvida um outro complexo de procedimentos, modalidades, meios e agentes elaboradores e emissores e emissores de mensagens, ao nível de sua vivência, experiência e necessidades, e expressivas de sua ideologia, aspirações e opiniões. Seria através desse outro sistema que as camadas sociais identificadas como carentes intercambiariam elementos de informação, educação, incentivo à melhoria material e espiritual de sua vida, e, afinal, de entretenimento e sonho adequado às condições socioeconômicas do seu dia-a-dia. (BELTRÃO, 1980, p.23)

Esta obra de Beltrão, intitulada “Folkcomunicação, A comunicação dos marginalizados”, surge em um período histórico marcado por greves sindicais na região do ABCD em São Paulo (Santo André, São Bernardo, São Caetano e Diadema) e de intensas mobilizações acadêmicas nas principais universidades do país (USP, UFRJ, UFBA), a contrapelo dos desmandos e impropérios autoritaristas do governo de João Figueiredo, último presidente do regime militar no Brasil. É, sem dúvida, uma das mais significativas publicações da teoria beltrania, assim que esmiúça com muita propriedade intelectual as contradições existentes entre a comunicação feita para atender ao anseio de pessoas e instituições que compõem a sociedade e a comunicação irrompida para difundir ideias, mensagens e valores dos grupos considerados marginalizados. Na primeira, conforme o autor (1980: p.2), prioriza-se às:

camadas da população que têm acesso ao livro quer como leitores, autores, ou editores, cuja situação econômica lhes permite educar-se em escolas e universidades, participando ativamente do processo civilizatório, mediante o recolhimento e debate de ideias e projetos que visariam conquista, consolidação e manutenção do poder e dos privilégios que sua capacidade política lhes conferira.

Enquanto na segunda, busca-se transferir vez e voz a uma gente com acessos incipientes à educação formal, isto é, subletrada, e então “preocupadas unicamente em subsistir à falta de recursos econômicos” (Idem). Trata-se, sobremaneira, de um processo de transferência de protagonismos sociais e políticos, e da qual pode ser compreendida como mediação – acepção tão controvertidamente utilizada nas pesquisas em ciências sociais. Isso quando se estimado os estudos do dialogismo latino-americano em Comunicação, e mais exatamente aos que se referem aos conceitos de competência cultural, cotidianidade familiar e temporalidade social de Jesús Martin-Barbero, difundidos através da obra clássica **Dos meios às mediações**.

Para Martin-Barbero (2006), ao invés de superestimar as lógicas da produção ou da recepção dos meios massivos de comunicação, o olhar deve recair na articulação entre práticas comunicativas e agentes sociais e, mais especificamente, sobre as suas instâncias mediadoras de conteúdos, tais como: a família, a escola e a igreja.

Por meio destas instâncias mediadoras configura-se um sistema comunicativo orientado de acordo com o movimento dialógico dos atores sociais envolvidos, e basilado empiricamente em seus usos e satisfações. O que, obviamente, não difere da teoria beltraniana acerca da audiência folk e da figura dos intermediadores, uma vez que ambos os postulados reconhecem o poder de influência social de quem ocupa a zona intermediária entre os veículos midiáticos e a recepção final de conteúdos.

Também vale ressaltar que o reconhecimento do papel exercido por mediadores e/ou intermediadores nos processos comunicativos, à priori, fora identificada na teoria de Two-step-flow (fluxo de mão dupla) do teórico canadense Paul Lazarsfeld, em idos da década de 1940. E, em todos os casos, sempre ficou evidenciado a falibilidade dos sistemas hegemonicamente estabelecidos em dar conta das demandas informativas e culturais dos contingentes populares de audiência. Tudo porque, diacronicamente ao advento e consolidação dos meios massivos e da própria cultura de massa, houve o que podemos chamar de atomização das classes subalternas, das quais, em revelia criativa e tática (DE CERTEAU, 1994)⁷ à gente erudita, acabaram criando seus próprios guetos culturais e meios alternativos.

Contrários à lógica industrializada da mídia de tendência burguesa, então cada vez mais engajada na aproximação e simbiose com as denominadas sociedades de espetáculo⁸, os meios alternativos desenvolvidos por estas classes subalternas conjugam uma comunicação popular que se manifesta em intersecção com práticas folclóricas, rudimentares e politicamente oposicionistas aos sistemas vigentes. Eles agem como vozes de resistência política e sob os auspícios da democratização da comunicação, isso fazendo uma genérica menção à teoria de mídia radical do estadunidense John Downing (2004). E, dentro da teoria da folkcomunicação, este fenômeno está associado a um processo horizontal de disseminação de informações, “tendo-se em conta que os usuários característicos recebem as mensagens

⁷ Na obra *A invenção do cotidiano*, o filósofo francês Michel De Certeau analisa a astúcia e a criatividade da minoria como condições táticas às lógicas formais e dominantes. Atribui-se valor político ao remendo, ao improviso e todo modo subversivo a uma forma hegemônica vigente.

⁸ O conceito de sociedade de espetáculo foi amplamente difundido pelo sociólogo francês Guy Debord (1931-1994), quando a sua crítica à produção cultural vigente coloca em evidência a debilidade das relações cotidianas em face do culto exacerbado das imagens.

através de um intermediário próprio em um dos múltiplos estágios de sua difusão.” (BELTRÃO, 1980: p.27)

Ciente destas proposições, a maioria tensionadas na interdisciplinaridade entre o conceito de cultura e de comunicação popular (folkcomunicação), o presente artigo tem por objetivo verificar como determinadas representações da música sertaneja sugerem a existência de ativismo midiático nos circuitos contra-hegemônicos da pequena cidade de Alto Araguaia, interior de Mato Grosso e atualmente com mais de 17 mil habitantes (IBGE, 2014). Para isso, *a priori*: interessa-nos enveredar pelas cartografias realizadas pelo cantor Curioso na disseminação local do sertanejo caipira, gênero musical cuja gênese e história confundem-se com os primeiros ciclos de bandeirantes do interior brasileiro e, conforme o historiador José Martins de Souza (1975), acabou disseminando em todo território nacional por meio de uma série de duplas. Trata-se de uma pesquisa parcial em folkcomunicação, que foi desenvolvida pelo grupo Comunicação dos esquecidos, vinculado ao departamento de Comunicação Social – Jornalismo, pela Universidade do Estado de Mato Grosso.

Ecoss do sertanejo caipira: do Brasil à Alto Araguaia-MT

Pode-se dizer que os primeiros ecoss do sertanejo caipira coincidem com a popularização da figura do homem do sertão brasileiro, também chamado de camponês, caboclo, roceiro, caipira; enfim, por uma infinidade de nomes que variam de região a região. Há uma vasta literatura oral, e essa composta por cronistas e viajantes, que une as canções devotadas de nostalgia e contemplação sobre o imaginário rural com uma representação estereotipada, porquanto geralmente burlesca, vide personagens como o Mazzaropi⁹ e o Jeca Tatu do escritor Monteiro Lobato¹⁰. Em todas, a condição de habitante do campo, desajeitado, sonso, com pouca instrução e modos rústicos (CASCUDO, 2000), tende prevalecer ante a ideia de caipira lavrador rural, então apresentada por Cornélio Pires, quando o mesmo perscruta

⁹ Amácio Mazzaropi foi ator e cineasta. Filho de imigrantes italianos e portugueses, adquiriu reconhecimento no cinema nacional pela personificação do caipira em filmes como: Jeca Tatu (1959), Um caipira em Bariloche (1973) e Jeca contra capeta (1975).

¹⁰ A representação do caipira do escritor Monteiro Lobato é bastante caricatural. Na realidade, resgata o caboclo brasileiro, a quem define como parasita da terra, pelo menos é o que diz em artigo publicado no Jornal Folha de S. Paulo (1914), intitulado Velha Praga.

pela etimologia da palavra e a vê derivada dos índios tupis-guaranis, uma das maiores matrizes étnicas do indígena brasileiro.

Das modas de viola de Mandi e Sorocaba e Mariano e Caçula ao sertanejo acústico de Sérgio Reis e Milionário e Zé Rico, a música sertaneja caipira consolidou-se ao longo do século XX com diferentes nomenclaturas em cada região brasileira (baião no interior do Nordeste e xaxado no Norte, por exemplo), e enquanto símbolo de resistência cultural de um Brasil ainda arcaico; contradizendo assim as versões de prosperidade implementadas no país de forma autoritária, senão traumática. Haja vista as inúmeras comunidades camponesas que sofreram perseguições durante as décadas de 1950 a 1980 pelo Governo militar, logo registradas no documentário “Cabra marcado para morrer”, do cineasta carioca Eduardo Coutinho, que foi gravado na década de 1960, mas, por questões ideológicas e políticas da época, somente lançado em 1984.

Comparando os álbuns discográficos dos primeiros cantores às fanpages de expressões do sertanejo universitário, é perceptível identificar inúmeras metamorfoses do sertanejo caipira, com ênfase naquelas que fizeram o tradicionalismo caipira sair do imaginário rural-bucólico e migrar para os grandes centros urbanos como símbolos da transição do popular para o pop.

Deste modo, tratamos da composição de uma nova identidade enquanto indício do que Stuart Hall (2006) vai chamar de mundo social em crise de identidade. E nesta nova identidade, o rústico modifica-se aos efeitos da globalização cultural. Trata-se de uma condição tática e logo identificada no ritmo, roupagem e principalmente na temática musical que se encontra em sua totalidade influenciada pelo sistema econômico capitalista e sua “alta cultura”.

Em Alto Araguaia, localizada na divisa entre os estados de Mato Grosso e Goiás, o imaginário sertanejo se faz notar como um dos traços determinantes do provincianismo religioso dos seus primeiros moradores, em idos da década de 1910 (ALTAIR DE MACHADO DE OLIVEIRA, www.altoaraguaia.mt.gov.br/historia), e da própria visão de ascensão socioeconômica de sua elite agropecuária. Embora houvesse um indício de industrialização, resultada da extensão de uma malha ferroviária que levara a produção agrícola do estado para o resto do país e da localização estratégica da cidade na rodovia federal BR 364, do ponto

de vista cultural a herança trazida pelas famílias de mineradores (Carvalhinho e Morbeck, por exemplo) e depois de pecuaristas (Presser, Rezende, Huguiney) contribuíram decisivamente na fixação simbólica da cultura sertaneja, sobretudo no que tange a culinária e a música; das quais foram se modificando ao volume das migrações intra-regionais e inter-regionais.

Ao mesmo tempo, este imaginário sertanejo, e mais especificamente, a música sertaneja caipira, contrasta-se em Alto Araguaia com a experiência nômade de uma multidão de indivíduos, oriunda das mais distintas regiões do Brasil, sendo uma boa parte atraída por novas oportunidades de emprego nas indústrias e multinacionais ainda remanescentes, após seguidos anos de recessão econômica no município¹¹. Soma-se ao grupo mencionado de trabalhadores de fora, o movimento de estudantes universitários de outras cidades e estados, que frequentam não somente as instalações físicas do modesto câmpus local da Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat), e onde antigamente funcionava um colégio salesiano, o Padre Carletti, mas vivenciam a cena noturna local em sua potência dionisíaca e subterrânea – ao frequentarem bares, botecos, bistrô, casas noturnas de bailão; tal qual organizarem pequenos encontros musicais, luaus e raves em chácaras e sítios da redondeza.

Salvo algumas exceções, o contraste relatado perpassa ao embate entre estabelecidos e *outsiders*, proposto pelos estudiosos Norbert Elias e John Scotson (2000), assim que a questão não erige tão-somente no fato dos residentes mais antigos da pequena cidade estabelecerem para si parâmetros de superioridade social em detrimento dos residentes mais recentes. Na verdade, o que se constata é a capacidade da população mais tradicional comportar os novos fluxos de globalização cultural (mão-de-obra e demandas de outras localidades), em curso desde o início da década de 1990 – a instalação das primeiras indústrias e do câmpus universitário local –, ao passo de reavaliar as posições assumidas tanto pelas identidades locais quanto por suas respectivas alteridades nos conflitos excludentes da modernidade.

¹¹ De acordo com os balanços financeiros da Secretaria Municipal de Finanças de Alto Araguaia, enquanto a arrecadação bruta em 2010 ultrapassava os R\$ 7.500.000, atualmente está estagnada em aproximadamente R\$ 4.000,00.

Um breve olhar sobre as cartografias do sertanejo caipira no localismo globalizado e contra-hegemônico de Alto Araguaia

Ao considerar a coexistência de fluxos mais arcaicos e modernos no cenário urbano da pequena Alto Araguaia, a percepção do sociólogo português Boaventura Sousa Santos (2002) acerca da globalização localizada e do localismo globalizado parece-nos relevante a fim de elucidar o lugar-comum ocupado pela representação do sertanejo e da música sertaneja caipira em espaços situados na fronteira entre as paisagens ditas de concreto (GIDDENS, 2002) e suas formas mais rústicas no interior do interior brasileiro. Em outras palavras, a blitz do moderno, responsável pelo ecletismo de experiências cognitivas e ético-afetivas em face do contemporâneo, portanto, sinônimo do que podemos chamar de globalização localizada, pode, em peculiares situações, ora assentar ora conviver “amistosamente” diante do estilo rudimentar exercido, porventura, pelas identidades locais, a partir de um processo de reterritorialização, senão de redescoberta do sentido de lugar e de comunidade.

Estas tensões entre estágios distintos de globalização (hegemônica e contra-hegemônica) repercutem no presente artigo no modo com que a música sertaneja caipira, identificada e delimitada metodologicamente na figura do cantor Curioso, espalha-se em determinadas localidades da pequena cidade, por meio de um jogo de legitimação política diante de espaços às vezes ocupados por fluxos globalizados de cultura, o que caracterizaria o localismo globalizado.

Ao mesmo tempo, é preciso reconhecer a proeminência de exemplos crassos no perímetro de Alto Araguaia que reforçam a sua condição semirural, ora diante da geografia regional ora frente aos constantes assédios da chamada globalização perversa. Adentre à sinalização de letreiros, fachadas e placas da cidade, constata-se uma miríade de fragmentos textuais-verbais, cujas incidências sobressaem ao uso padrão do português culto. São construções fráscas que revelam um pensamento popular, do mesmo modo que o cordel, segundo Alceu Araújo (1955), sempre se mostrara fiel na tradução das ideias de cantadores e trovadores, em sua maioria analfabetos e semi-alfabetizados.

Também caminhando ao longo da avenida principal, a Carlos Hugueneu, onde também passa a rodovia federal BR 364, é possível defrontar com restaurantes e bares com culinária tropeira (Comitiva, Caipira, Beira Rio, etc), além da incontestável supremacia de lojas de

artigos e acessórios para trabalhadores rurais (alvenaria, celaria, botinas, etc) em detrimento de um número quase nulo das de equipamentos e produtos de informática. Tampouco não é difícil se surpreender com a figura de animais como cavalos, vacas, bois, cabras; bem como, da de carroceiros e charreteiros, inclusive, existindo uma associação de carroceiros, situada no centro da cidade, entre as ruas Benjamin Constant e Antônio Fávero. Enquanto nas datas religiosas e festivas do calendário local, há a organização de rodeios, cortejos e romarias religiosas, frequentados, em sua maioria, por residentes da zona rural.

Estes registros, parafraseando o sociólogo argentino Nestor García Canclini (2006), assinalam que a diferença entre as entradas e saídas da modernidade, ou do próprio capitalismo tardio e informacional, ficam mais acentuadas no contexto de algumas cidades pequenas no interior mato-grossense, sobretudo se considerarmos que em boa parte delas há uma estreita ligação, senão hibridação, entre as suas narrativas míticas (contos, cantigas e prosa) e as suas oficiais (documentos, artigos, livros) de formação urbana. Isto é, nos limiares entre duas formas de registrar e contar a história realmente distintas, contudo, cada uma, nem superior e nem inferior a outra.

Entre as localidades de maior aglomeração popular de Alto Araguaia, estão a feira municipal Benno Ubaldo Presser, onde famílias de agricultores das redondezas comercializam sua produção, e a praça Matriz, cujo nome está relacionado à presença da igreja Nossa Senhora Auxiliadora, a mais antiga da cidade. Lá, grupos sociais compreendidos por Beltrão (1980) como marginalizados (urbanos, rurais e culturais)¹² constituem a principal audiência do cantor Curioso. Uma audiência popular que, conforme consultamos em uma das incursões feitas por nós na feira (19/04/2015), é formada majoritariamente por trabalhadores rurais, idosos, caminhoneiros, mototaxistas, vendedores ambulantes; alguns residentes nas imediações, enquanto outros, em bairros afastados como a Vila Aeroporto, o Setor Castro e o Jardim Novo Araguaia, dos quais, segundo a corrente fluminense de antropologia urbana

¹² Segundo Luiz Beltrão, na obra *Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados (1980)*, estes grupos são geralmente caracterizados por indivíduos que ocupam postos de trabalho considerados secundários, não possuem a alfabetização completa, geralmente residem em lugares vistos como periféricos, além de adotarem referências culturais mais locais do que nacionais e transnacionais.

(Hermano Viana, Gilberto Velho, etc), podem ser compreendidos como opostos à cidade de asfalto: morros¹³.

Representação do sertanejo caipira e ativismo midiático no cantor Curioso

Sob o figurino ostensivo, mas peculiar do cantor de 55 anos, o chapéu de palha e meticulosamente bordado de fios de couro, além das correntes e o relógio de ouro, inevitavelmente fazem confundir a representação clássica do sertanejo caipira (Mazzaropi) com o perfil desbocado do personagem Roque Santeiro (1985-86, Rede Globo) e com o que se convencionou denominar de brega em programas televisivos como os apresentados pela Regina Casé (Central Periferia e Esquenta, Rede Globo). Ou seja, uma representação folclórica que articula influências tanto das culturas populares quanto das chamadas culturas de massa, e que, por meio de um tensionamento de forças visíveis e invisíveis com setores das indústrias culturais contemporâneas, pode, segundo o folclorista Edson Carneiro (2008, p.21), “ceder espaço ou ser apropriado por grupos políticos para se ajustar aos interesses hegemônicos.”

O apelido artístico Curioso, que ganhou no tempo que cantava em dupla, oculta o verdadeiro nome, Sebastião Alves de Oliveira; da mesma maneira que a maioria dos ídolos do sertanejo brasileiro (Zezé Di Camargo e Luciano, Chitãozinho e Chororó) fizera por razões meramente comerciais. O cantor nasceu na hospitaleira cidade de Camapone e cresceu em Costa Rica, ambas situadas no estado de Mato Grosso do Sul. Veio para Alto Araguaia por causa de um relacionamento que não perdurou, além do desejo de levar a música caipira de raiz para novos lugares. Após uma série de mudanças, acabou fixando-se num imóvel rural (chácara), onde reside sozinho há pelo menos 9 anos. Em entrevista, indicou de maneira minuciosa as suas referências musicais, entre elas: Gino e Geno, Rio Negro e Solimões, André e Andrade, Irmãs Freitas, Renan e Raí, Os Filhos de Goiás, Hamilton Lela e Nilton Lama.

Apesar de tocar e cantar desde criança, o cantor Curioso somente há quatro anos decidiu seguir a carreira profissionalmente. Antes disso, dividia os palcos do interior de Mato

¹³ O morro é considerado o lugar-comum dos habitantes situados na marginalidade social, cuja gênese sustenta a velha dicotomia entre Centro e Periferia das cidades brasileiras.

Grosso e Goiás com Baqueirinho. Daquela época para os dias atuais, já gravou um DVD, “Curioso Acústico”, composto por 10 músicas de sua autoria e produzido no estúdio da única TV local, a Integração, uma afiliada da rede Record. Diariamente reveza a rotina de apresentações em lugares populares com a venda dos DVDs em locais como a rodoviária local e a porta de supermercados e igrejas, além de idas a programas de uma das rádios FM local, a Aurora FM, e breves participações no programa Sábado da Gente, veiculado pela TV integração, e apresentado por um egresso do curso de Jornalismo local, o paraibano José Nildo.

A breve descrição, ancorada nos desígnios da imersão etnográfica malinowskiana (Os Argonautas do Pacífico Ocidental, 1976) e na obra A interpretação das Culturas do antropólogo Clifford Geertz, revela-nos minúcias conclusivas para deslocar o sertanejo caipira de personagem popular-folclórico para agente popular-massivo, enquanto resultado de hibridações e recomposições pontuais entre a estética do tradicional e a do espetáculo, mas também a partir de uma transição compreendida por Martín-Barbero (2006) entre a identidade local e a cultura de massa.

Crédito: Luíza Purcino



Fig.1: O cantor Curioso.

Crédito: Arquivo pessoal / Curioso



Fig.2: Curioso e fã na feira livre.

Sob a figura carismática do Curioso acontece e se contingencia uma dinâmica cultural variável, na medida em que no rol de sua representação iconográfica e das apresentações musicais adentre as localidades populares da cidade sustenta-se uma memória provinciana em constante metamorfose. Principalmente quando na composição desta memória se

amealha a incorporação acumulada de distintos públicos (elitizado, popular, estabelecido, o imigrante), estratos ideológicos (hegemônico e não-hegemônico) e cenários históricos (condições de povoamento e expansão socioeconômica) vigentes.

Além de reiterar a configuração identitária das comunidades tradicionais locais em seu diálogo com a modernidade, essa exclusivamente alardeada pelos contingentes humanos emergentes na cidade (trabalhadores autônomos, estudantes universitários, viajantes, prestadores de serviços terceirizados), o movimento cartográfico do cantor Curioso em diversos pontos de Alto Araguaia, e às vezes na vizinha Santa Rita do Araguaia (GO), reintegra os elementos do cotidiano rural com matrizes culturais externas e outras versões de prosperidade (gastronomia, música, moda, sotaques, etc), de modo a tornar a manifestação do sertanejo caipira um dado folclórico em permanente reinvenção, e até como condição de resistência/sobrevivência ante a presença de forças simbólicas desterritorializantes.

Sobre dado folclórico, o folclorista Carneiro (apud MELO, FERNANDES, 2013, p.69) afirma categoricamente que:

O dado folclórico, pela sua simples existência, pode criar na sociedade oficial a tolerância ou a aversão, que, por sua vez, podem criar nas camadas populares a acomodação ao ponto de vista oficial ou a obstinação, o subterfúgio ou a suavização da diversão popular. Este jogo de influência modifica o folclore e a sociedade, num sentido que só a prática dirá se é melhor ou pior, se é superior o inferior, se é progressista ou retrógrado, mas, num e noutro caso, em consequência de cada ação e de cada reação, o dado folclórico e as sociedades são e não os mesmos ao mesmo tempo, pois novas ações e reações são provocadas pelas primeiras e, por sua vez, dão nascimento a outras.

A partir desta formulação, atribui-se às manifestações do sertanejo caipira em Alto Araguaia a capacidade de interferência direta na constituição tanto de sua cultura popular, quanto de sua própria sociedade. Que, por sua vez, ao elegermos o cantor Curioso como representante local deste gênero musical, reconhecemos neste ator social um poder de interlocução política de fato, também compreendida por ativismo midiático na teoria folkcomunicacional.

Segundo o professor e pesquisador paraibano Osvaldo Trigueiro (2008), a compreensão de ativismo midiático surge da indissociabilidade entre a cultura da mídia e a

cultura popular. O ativista midiático gozaria de prestígio social na localidade, sê-lo um protagonista adentre as complexas negociações entre demandas locais e globais, tal qual, faria uso desta condição na promoção de intercâmbios culturais e interferindo mais diretamente na mediação de conteúdos “das redes midiáticas para redes de comunicação interpessoais que operam nas práticas da vida cotidiana” (TRIGUEIRO apud MELO, FERNANDES, 2013, p.852).

Não diferente da caracterização do ativista midiático apresentado por Trigueiro, o cantor Curioso exerceria uma influência social e liderança cultural nos mais variados circuitos contra-hegemônicos de Alto Araguaia, entre eles, a feira municipal Benno Ubaldo Presser. A mesma feira estudada em artigos apresentados aos pares da rede Folkcom nos congressos da Associação Latinoamericana de Investigação em Comunicação - ALAIC (Uruguai, 2012) e da Associação Iberoamericana em Comunicação – IBERCOM (Bolívia, 2011 e Espanha, 2013) como lugar potencial de práticas folkcomunicacionais, em sua condição de oferta de sociabilidades e interações rurbanas; e que, no presente artigo, é visto enquanto palco de disseminação do imaginário do sertanejo caipira, quanto de suas atualizações.

Considerações finais

Além da feira livre, o cantor Curioso também divulga sua música sertaneja caipira nas redes sociais da internet, entre elas, o facebook e o youtube. Na página do facebook, rede social hoje com 11 anos de existência e mais de 1 bilhão de usuários em todo globo, ele possui um perfil com 180 amigos e um álbum com 14 fotos, quase todas da vida profissional. Enquanto no youtube, de todos os 5 vídeos encontrados com alusão ao seu nome, o mais visualizado é de uma entrevista no programa Sábado da gente, da afiliada da rede Record local, publicado em fevereiro de 2011, que detém mais de 2.060 visualizações.

Estes números, ainda que tímidos quando comparados com o alcance virtual obtido por ícones do chamado sertanejo romantico e universitário como Luan Santana (fanpage com mais de 13 milhões de seguidores) e Lucas Lucco (com mais de 100 mil curtidas para cada postagem feita no aplicativo Instagram), sugerem um leque de práticas folkcomunicativas sob novas formas de vinculação e pertencimento social. Assim como, redimensiona o sentido de

folclore e cultura popular nos circuitos midiáticos, na medida em que as redes sociais interpelam relações horizontalizadas de consumo, circulação e produção de conteúdos.

Em outras palavras, sob o ingresso do cantor e da música sertaneja raiz e local no ambiente do ciberespaço encontramos novas arenas simbólicas de resistência, negociação e reinvenção das identidades locais frente aos fluxos globalizados de informação. O que, doravante e segundo a professora Cristina Schmidt (2006), na obra “A folkcomunicação na arena global”, aumenta o desafio dos estudos folkcomunicacionais na conquista de novos públicos, principalmente, os jovens, e, num segundo momento, a formação de lideranças folk emergentes e indiferentes às fronteiras locais e nacionais.

Referências Bibliográficas:

ARAÚJO, Alceu Maynard. **Literatura de Cordel**. São Paulo: [s.e.], 1955.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.

_____. **Folkcomunicação: teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo: Umesp, 2004.

BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação no contexto de massa**. João Pessoa: Ed. UFPB, 2000.

CÂMARA CASCUDO, Luís da. **Dicionário do folclore brasileiro**. 9. ed. São Paulo: Global editora, 2000.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Edusp, 2006.

CARNEIRO, Edison. **Dinâmica do Folclore**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1965.

DE CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

DOWNING, John D.H. **Mídia radical: Rebeldia nas Comunicações e Movimentos Sociais**. 2. ed. Trad. Silvana Vieira. São Paulo: Editora Senac, 2004.

ELIAS, Norbert; e SCOTSON, John. L. **Os estabelecidos e os outsiders: sociologia das relações de poder a partir de uma comunidade**. Trad. Vera Ribeiro. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.

Fonte: FERNANDES, Guilherme M. Folkcomunicação. In: MARQUES DE MELO (Ed.). **Enciclopédia Intercom de Comunicação**. Vol 1: Conceitos. São Paulo: Intercom, 2011.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. I.ed. 13.reimpr. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006.

MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme M. (orgs.). **Metamorfose da Folkcomunicação**: antologia brasileira. 1. ed.São Paulo: Editae Cultural, 2013.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

MALINOWSKI, Bronislaw. **Argonautas do pacífico ocidental**: Um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné melanesia. São Paulo: Abril Cultural, 1976.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações. Comunicação, Cultura e Hegemonia**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2006a.

MARTINS, José de Souza. **Capitalismo e tradicionalismo: estudos sobre as contradições da sociedade agrária no Brasil**. São Paulo, Pioneira, 1975.

MORIN, Edgar. **Cultura de massa no século XX: o espírito do tempo – 2** Necrose. Rio de Janeiro: Forense, 1977b.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **Folkcomunicação & ativismo midiático**. João Pessoa: Editora universitária da UFPB, 2008.

Website da prefeitura de Alto Araguaia: www.altoaraguaia.mt.gov.br/historia

Canal do youtube do Curioso:
https://www.youtube.com/results?search_query=curioso+de+alto+araguaia

Artigo recebido em: 16/07/2015

Aceito em: 26/08/2015