UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E CULTURAS
MIDIÁTICAS LINHA DE PESQUISA: MÍDIA E COTIDIANO

FERNANDA GABRIELA GADELHA ROMERO

O ATIVISMO MIDIÁTICO E A APROPRIAÇÃO DO MARACATU RURAL ESTRELA DE OURO DE ALIANÇA - PE PELO MERCADO CULTURAL

JOÃO PESSOA
2014

FERNANDA GABRIELA GADELHA ROMERO

O ATIVISMO MIDIÁTICO E A APROPRIAÇÃO DO MARACATU RURAL ESTRELA DE OURO DE ALIANÇA- PE PELO MERCADO CULTURAL

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, na linha de pesquisa Mídia e Cotidiano, como requisito para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Henrique Magalhães.

JOÃO PESSOA
2014

FERNANDA GABRIELA GADELHA ROMERO

O ATIVISMO MIDIÁTICO E A APROPRIAÇÃO DO MARACATU RURAL ESTRELA DE OURO DE ALIANÇA- PE PELO MERCADO CULTURAL

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, na linha de pesquisa Mídia e Cotidiano, como requisito para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Aprovada em: _____/_____/2014.

BANCA EXAMINADORA:

_____

Dr. Henrique Paiva de Magalhães – PPGC/UFPB
Orientador

_____

Dr. Derval Gomes Golzio – PPGC/UFPB
Examinador

_____

Dr. Osvaldo Meira Trigueiro – PPGC/UFPB
Convidado

Dedico esta dissertação à minha mãe Enilda Gadelha (*in memoriam*) pelo exemplo de força e coragem, por me fazer acreditar que heróis nunca morrem.

“Nos dias de hoje, cada vez mais, acentua-se a necessidade de ser forte. Mas, não há uma fórmula mágica que nos faça chegar à força sem que antes tenhamos provado a fraqueza.”

(Pe. Fábio de Melo)

AGRADECIMENTOS

“Quando se sonha sozinho é apenas um sonho. Quando se sonha junto é o começo da realidade” (D. Quixote). E essa realidade foi construída de mãos dadas com várias pessoas, que antes de tudo acreditaram em mim, mesmo que eu não acreditasse. Que estiveram ao meu lado, me apoiando, me incentivando e lutando junto comigo. Mas, sei também que sem a minha fé em Deus, meu porto seguro, não estaria aqui finalizando mais uma etapa da minha vida, fechando mais um círculo, o agradeço por me acalmar. Palavras não serão suficientes para agradecer à minha família pelo apoio dado ao longo desses 24 meses, em especial ao meu esposo Eduardo Geovanny, por me aturar nesses meses de luta, por enxugar as minhas lágrimas de aflição, por me acompanhar durante minhas pesquisas etnográficas em Aliança e em Nazaré da Mata, por entender que eu precisava me isolar da vida social por um tempo, pela sua amizade e sua admiração por mim. Às minhas irmãs: Renata Gadelha, por comungar comigo um mestrado, entender e compartilhar das mesmas incertezas; Ana Karla (Juju) por seu amor infinito, pelo seu silêncio que fala em meu coração, pelo anjo que representa em minha vida e pela felicidade que me dá. Aos meus primos, em especial: Ezildo Gadelha, Carol Gadelha e Eduardo Barbosa, por torcerem por mim e vibrarem pelas minhas conquistas, obrigada pela amizade, carinho e companheirismo. À família Aquino Pereira, por estarem sempre ao meu lado e pelo imenso acolhimento como filha. À minha amiga Thalita Cavalcante que mesmo distante torcia por mim, obrigada pelas suas palavras, carinho, compreensão, ajuda, força, fé e pelo seu amor. À Viviane Xavier e a Gleice Carvalho por estarem ao meu lado nos momentos de “loucura”, quando eu precisava extravasar, obrigada meninas por me fazerem bem. Às amigas Andréa Karinne, Lívia Barroso e Siméia Rêgo, que escreveram e vivenciaram junto comigo essa história. À amiga Tarci Mesquita por ter me ajudado nesta conquista, por te me acolhido e por confiar em mim. Amo muito vocês, são o melhor presente que este mestrado possa ter me dado, vocês são mais que colegas de turma, são amigas verdadeiras, por quem tenho um enorme carinho e admiração, amigas que me ajudaram a correr quando o desespero estava chegando, obrigada pelas inúmeras risadas, momentos de alegria, de choro e, principalmente de despedidas, a distância de um estado e de um oceano não é capaz de nos separar. À amiga Silvana Torquato por ter me ajudado nesta reta final e por ser mais um fruto da vida acadêmica que perpassou pela pessoal. Agradeço ao Grupecj, fonte de espiração, de vivência cotidiana, de aprendizado, de carinho, de respeito, à família grupecjiana meu obrigada, em especial ao amigo e professor Wellington Pereira. A

todos os membros da linha Mídia e Cotidiano pela parceria, pela amizade e afeto. Ao meu mestre amigo Severino Lucena que desde a graduação acreditou no meu potencial, lhe agradeço pela sua amizade, disponibilidade e pela sua imensa ajuda na conclusão deste trabalho, meu muito obrigada. Ao Professor Osvaldo Trigueiro que devido aos trâmites burocráticos não pôde finalizar esta dissertação comigo, obrigada pelos ensinamentos e pela caminhada. Ao pessoal do PPGC/UFPB pelo conhecimento compartilhado, em especial aos funcionários Lenir e João pela ajuda e pela paciência. Ao professor Marcos Nicolau, por sua disponibilidade em ajudar e por me permitir ser aluna especial, além de ter acredito no meu potencial, a professora Nadja Carvalho pelas suas palavras ao longo do mestrado, ao professor Henrique Magalhães, por ter aceitado ser meu orientador nesta reta final e por ter compreendido minhas fraquezas e ao professor Derval, que tanto admiro como profissional e hoje tenho a honra de tê-lo em minha banca. A todos do Maracatu Estrela de Ouro, em especial aos ativistas que estudei nesta dissertação. Obrigada por compartilharem comigo suas experiências, seus cotidianos, suas vidas, suas brincadeiras e seus carnavais. Não tenho palavras para agradecer pelo acolhimento no Sítio Chã de Camará. Por fim, agradeço a todos aqueles que foram portas e pontes para a minha vida acadêmica, pessoal e profissional.

RESUMO

É importante compreendermos que as manifestações populares estão passando por significativas modificações, sejam elas de forma ou de conteúdo, para se inserirem no contexto midiático com o objetivo de atender às novas demandas da sociedade na atualidade. Algumas manifestações populares deixaram de ser representações culturais somente regionais e alcançaram também uma projeção nacional, possibilitando uma aproximação estreita entre o tradicional e o contemporâneo. Contudo, são pelos meios populares de comunicação que o povo expressa e comunica seus sentimentos, expondo sua identidade cultural diante de seu contexto social. Este trabalho tem como objetivo identificar a presença do fenômeno comunicacional, o ativismo midiático, presente na manifestação cultural do maracatu pernambucano, mas especificamente, o Maracatu Estrela de Ouro de Aliança – PE, para compreender de que forma esse ator social contribui de maneira ativa para o grupo ao qual pertence. Além de analisar como o maracatu se apropria da mídia e de como o mercado cultural constrói e retrata esta representatividade.

PALAVRAS-CHAVE: Ativismo midiático. Mídia. Apropriação. Mercado Cultural.

RÉSUMÉ

Il est important de comprendre que les manifestations populaires passent par des modifications significantives, soientelles de forme ou de contenue, pour s'intégrer dans le contexte médiatique dont l'objectif est d'attendre lês nouvelles demandes de la société actuelle. Quelques manifestations populaires ne sont plus de simples représentations culturelles régrionales mais elles atteignent des projectiones nationales marquant une vraie próximité entre le traditionnel et le contemporain. Cependant, c'est pas les moujens de communications que le peuple exprime et communiqué ses sentiments, montrant son indentité culturalle devant son contexte social. Ce travail a pour objectif de comprendre et d'identifier la présence du phénomènes de communications, l'ativisme médiatique, présent dans la manifestation culturelle du maracatu pernambucano, spécifiquement, *Marcatu Estrela de Ouro-PE* pour comprendre de quelle forme cet acteur social contribue activemen prour le groupe auquel Il appartient. En plus d'analyser la façon dont o *Maracatu* s'approprie les médias et comment marché culturelle construit et dépeint est représentativité.

MOTS-CLÉS: Ativisme médiatique. Médias. Appropriation. Marché culturelle.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Maracatu Rural 42
Figura 2 – Maracatu Nação de Pernambuco 44
Figura 3 – Caboclo de lança 47
Figura 4 – Caboclo de pena 49
Figura 5 – Dama do paço 50
Figura 6 – Maracatu Estrela de Ouro 53
Figura 7 – Apresentação do Estrela de Ouro 55
Figura 8 – Mestre Luiz Caboclo 57
Figura 9 – Mestre Duda 57
Figura 10 – Zé Lourenço filho de Mestre Batista 63
Figura 11 – Mestre Duda no carnaval 2013 65
Figura 12 – Mestre Caboclo 69
Figura 13 – Os chapéus dos caboclos 70
Figura 14 – A gola do caboclo 71
Figura 15 – Afonso de Oliveira 72
Figura 16 – O produtor Afonso 74
Figura 17 – Os caboclos no aeroporto do Recife 89
Figura 18 – A fachada de caboclo 90
Figura 19 – Outdoor de Caboclo 91
Figura 20 – Refazendo a gola do caboclo 92

Quadro 1 – Agremiações Carnavalescas 38
Quadro 2 – Relação dos Maracatus Rurais de Pernambuco 49

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 12
PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS 18

1. A CULTURA POPULAR E A TEORIA FOLKCOMUNICACIONAL 21
1.1 Cultura 21
1.2 Cultura popular 22
1.3 A folkcomunicação de Luiz Beltrão 24
1.4 O Ativista midiático 29
1.5 Folkmídia: uma cultura híbrida 30

2. O CARNAVAL NO BRASIL 32
2.1 O Carnaval de Pernambuco 35
2.2 O Maracatu da Zona da Mata Norte Pernambucana 42
2.2.1 O Maracatu Nação ou Baque Virado 44
2.2.2 O Maracatu Rural ou Baque Solto 45

3. O ATIVISTA MIDIÁTICO PRESENTE NO MARACATU RURAL 53
3.1 O Maracatu Estrela de Ouro de Aliança 53
3.2 O Ponto de Cultura Estrela de Ouro 58
3.3 Os ativistas midiáticos no Estrela de Ouro de Aliança 61
3.3.1 O filho do dono, Zé Lourenço 62
3.3.2 O dono dos versos, Mestre Duda 65
3.3.3 O Mestre dos caboclos 68
3.3.4 O produtor cultural Afonso de Oliveira 72

4. APROPRIAÇÃO DO MARACATU RURAL PERNAMBUCANO PELO MERCADO CULTURAL 78
4.1 A pernambucanidade 78
4.2 O cotidiano 82

4.3 A identidade de um grupo 83
4.4 Mercado Cultural 85
4.5 Apropriação do Maracatu Rural pelo mercado cultural 87

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS 94

REFERÊNCIAS 97

INTRODUÇÃO

> *"Todos os países do Mundo, raças, grupos humanos, famílias, classes profissionais, possuem um patrimônio de tradições que se transmite oralmente e é defendido e conservado pelo costume. Esse patrimônio é milenar e contemporâneo. Cresce com os conhecimentos diários desde que se integrem nos hábitos grupais, domésticos ou nacionais. Esse patrimônio é o FOLCLORE."*
>
> (Luiz Câmara Cascudo)

O folclore[1], sinônimo também de cultura popular, representa a construção cultural e artística de um povo. Por ser um elemento social é passível de mudanças e adaptações, visto que, as sociedades se modelam e se adaptam ao seu contexto histórico e socioeconômico.

A vida cotidiana e as representações culturais são elementos pesquisados na área da comunicação social, tendo em vista que as camadas populares também possuem seus próprios meios de comunicação. Desta forma, a sociedade contemporânea faz uso das múltiplas formas de comunicação e das culturas oferecidas pelas redes.

Não podemos compreender a influência dos meios de comunicação, sem entender o que a sociedade faz com os eventos difundidos pelos meios midiáticos, ou seja, o que a mídia faz com a sociedade e o que a sociedade faz com os bens culturais veiculados pela mídia.

Essa íntima relação entre a cultura e a comunicação popular é denominada folkcomunicação. Podemos dizer que a folkcomunicação é a comunicação produzida pelo povo através de meios artesanais. "As classes populares têm assim meios próprios de expressão e somente através deles é que se podem entender e fazer-se entender". (BELTRÃO, 1980, p.47)

Beltrão (1971) reforça o pensamento de que a comunicação não é só identificada nos grandes meios comunicacionais, mas também dentro da própria sociedade, sendo realizada por pessoas simples que utilizam linguagem própria para comunicar e disseminar suas ideias, a essas pessoas ele chamou de agentes folkcomunicacionais. Esses agentes utilizam-se de

[1] Utilizamos à definição de folclore preconizada pela UNESCO. Esta conceituação foi estabelecida em 1995, na realização do VIII Congresso Brasileiro de Folclore, em Salvador-BA, onde foi feita uma releitura da Carta do Folclore Brasileiro.

meios como as manifestações populares, religiosas e do artesanato para comunicar suas opiniões e pensamentos.

O ativista midiático caracteriza-se por ser aquele ator social que trabalha em favor do grupo ao qual pertence, disseminando e até lutando por melhorias e maior visibilidade para o seu grupo. Com esse objetivo, o ativista utiliza-se da mídia como um dos instrumentos para obter um maior alcance das suas ações.

No carnaval, quando acontecem mais expressivamente as apresentações das manifestações folclóricas, o ativista utiliza-se da mídia para divulgar suas histórias, crenças e costumes. É principalmente através da mídia que é divulgada toda essa representatividade.

Nota-se visivelmente que o mercado cultural vem se apropriando de elementos da cultura popular para se promover e, em contrapartida, divulgar os elementos culturais identitários do local no qual está inserida. Entretanto, não só o ativista se apropria do mercado cultural para difundir o seu grupo, mas especificamente a mídia, utiliza-se da cultura popular e das manifestações folclóricas para reinterpretar e transmitir novas mensagens. Contudo, é importante lembrar que esse fenômeno é bidirecional, ou seja, a cultura popular também se apropria da cultura de massa e vice-versa.

A cultura popular também passou a fazer parte do agendamento midiático e, consequentemente, a mídia passou a interferir nas produções populares, um exemplo desse agendamento é a presença do ativista midiático no contexto das manifestações populares.

Para Trigueiro (2008), o ativista midiático pode ser sinônimo também de líder de opinião. Esses ativistas seriam os mediadores entre os produtores de cultura e os consumidores. Os estudos desenvolvidos por Trigueiro (2008) apontam que a presença cada vez maior da televisão, torna os estudos sobre audiência ainda mais complexos na sociedade midiatizada,

> [...] onde cada sujeito representa uma identidade sociocultural, que interage com outros diferentes grupos, mas com as mesmas aproximações socioculturais que reinventam os seus produtos de uso, ao invés de serem meros consumidores passivos das mensagens midiáticas. São as interações midiatizadas, nos vários níveis, dos sujeitos da audiência televisiva que geram os ativismos midiáticos, os avanços, as transformações e/ou renovações das culturas populares, quando incorporam os produtos midiáticos nas suas práticas cotidianas, ou se apropriam deles. (TRIGUEIRO, 2008, p. 21).

O ativista participa da atividade exercendo uma ação, estando sempre em movimento, o ativista é um membro ativo que organiza e planeja a participação de outros nos movimentos, que se posiciona contra ou a favor de determinada situação.

Podemos considerar o ativista midiático como sendo um guardião da cultura, ou seja, aquele que luta para preservar a identidade local da comunidade, que não deixa as práticas simbólicas de sua cultura no esquecimento. Sendo capaz de manter vivo o cotidiano do seu povo mesmo com as apropriações e as novas tecnologias, assim ele utiliza meios próprios para comunicar-se com seu povo através das suas tradições. (TRIGUEIRO, 2008, p. 48).

Os artistas populares exercem o ativismo midiático através do seu trabalho e cabe a eles o papel de difundir os costumes e a tradição do grupo ao qual pertence. Utilizam meios de comunicação tradicionais, como os cordéis, os cânticos, a oralidade, entre outros meios de comunicação modernos.

A mídia ao abordar a produção cultural gerada pelos ativistas midiáticos apresenta uma visão midiatizada do contexto desses artistas. Segundo Thompson (2008), a mídia desempenha um importante papel no controle do fluxo dos acontecimentos e da vida social.

> A mídia se envolve ativamente na construção do mundo social. Ao levar as imagens e as informações para indivíduos situados nos mais distantes contextos, a mídia modela e influencia o curso dos acontecimentos, cria acontecimentos que poderiam não ter existido em sua ausência. (THOMPSON, 2008, p.106)

O jornalismo possui um papel fundamental na divulgação dos trabalhos dos artistas populares e da cultura de um modo geral. Podemos dizer que a mídia é capaz de proporcionar a difusão de bens culturais e, para isto, apropria-se do conteúdo popular.

> O próprio jornalismo se abastece continuamente nas fontes da cultura popular, registrando indícios das sobrevivências tradicionais na vida das comunidades modernas. Tais manifestações populares se convertem em notícias pelo seu caráter inusitado, pitoresco ou sentimental. (MARQUES DE MELO, 2008, p.24).

Essa apropriação da cultura popular pela mídia, contudo, é denominada de Folkmídia, e cabe aos ativistas midiáticos conquistar esse espaço midiatizado. Segundo Roberto Benjamin (2008), a Folkmídia é a representação da cultura popular através da mídia, logo temos:

> As representações da cultura popular tradicionais nos meios de comunicação de massa [...] são, na maioria das vezes [...] simplesmente [...] exóticas e descontextualizadas em relação à vida das comunidades onde foram produzidas. (BENJAMIN, 2004 apud MARQUES DE MELO, 2008, p.9)

A mídia, portanto, através de suas representações, apropria-se constantemente dos elementos advindos da cultura popular, envolvendo-se ativamente na construção do mundo social, modelando-o e influenciando-o.

Nessa perspectiva, é relevante buscarmos perceber de que modo o mercado cultural pode envolver os seus diversos públicos, criando significados, prazeres e sentimentos. Até porque o universo da informação midiática não é um simples reflexo do que acontece no espaço público, mas sim um universo construído. (CHARAUDEAU, 2009)

É nesse contexto que situamos o nosso objeto de estudo: O Maracatu Rural da Zona da Mata Pernambucana, mas especificamente o Maracatu Estrela de Ouro, do município de Aliança (PE). A escolha por este grupo se dá pelo fato dele ser o único maracatu rural a ter visibilidade fora do país, e por ser considerado um dos mais representativos da zona da Mata Pernambucana.

O maracatu é uma manifestação cultural pernambucana afro-brasileira que surgiu em meados do século XVIII. É formada por uma percussão com tambores, flechas e movimentos que se misturam com as culturas indígena, africana e europeia para homenagear a coroação do rei congo.

Há dois tipos de maracatu, ambos originários e representantes do folclore e do carnaval de Pernambuco: o Maracatu de Baque Virado ou Nação, e o Maracatu de Baque Solto ou Rural.

O maracatu analisado é o Maracatu Rural, também conhecido como Maracatu de Baque Solto e Maracatu de Orquestra, tendo sua origem na segunda metade do século anterior, passou por uma transfiguração dos grupos chamados Cambindas (brincadeira masculina, homens travestidos de mulher).

Os maracatus de Baque Solto tem sua origem na junção de outros folguedos populares da região, tais como, nas cidades de Aliança, Carpina, Goiana, Nazaré da Mata, Palmares e Timbaúba. Esses grupos apresentam-se, principalmente nos carnavais, com todo o colorido e o barulho dos caboclos de lança.

Assim como o Brasil sofreu influência religiosa portuguesa, nas senzalas não poderia ser diferente, pois os negros trazidos da África na época colonial, também trouxeram seus reis e rainhas, impostos pelos senhores de engenho. As celebrações religiosas eram comemoradas

nos dias de Nossa Senhora do Rosário e de São Bento, além disso, havia a coroação do Rei Congo, essas festas foram trazidas pelos negros africanos no século XVIII. O dia de Nossa Senhora do Rosário é celebrado no dia 7 de outubro.

Sabemos que em todas as festas, havia muitas comidas, bebidas, danças e com o passar do tempo, essa brincadeira começou a ser chamada de maracatu. Já o maracatu rural foi criado pelos cortadores da cana, uma vez que os escravos foram libertados e os grandes engenhos começaram a ter trabalhadores de todas as raças e cores.

Muito se falava que as culturas folclóricas se acabariam com a chegada da modernidade. Entretanto, percebemos que tais culturas criaram novas formas de continuarem vivas, vivenciando através de algumas modificações, sejam elas de forma ou conteúdo para se inserirem nesse novo cenário cultural. E hoje a sociedade passou a presenciar uma apropriação dos meios populares pelos meios de comunicação e o inverso também acontece.

Podemos dizer que no Maracatu Rural de Pernambuco existe a presença de um ativismo midiático em prol da preservação e disseminação dos elementos da cultura popular local? E de que forma ele se apropria da mídia para difundir o seu grupo? E a mídia se apropria de que forma desse grupo folclórico em tempos de carnaval?

No decorrer da nossa pesquisa buscamos responder algumas questões que se tornam pertinentes para entendermos o que é um ativista midiático no contexto da folkcomunicação e quais são as ações por ele desenvolvidas para manter viva a cultura do Maracatu Rural.

O campo da folkcomunicação vem sofrendo mudanças, provocando convergências entre as mídias tradicionais populares, os meios de comunicação de massa e o contexto do mercado cultural.

No entanto, mediante o acompanhamento dessa convergência torna-se importante compreender que as manifestações populares estão passando por modificações, sejam elas de forma ou de conteúdo, para se inserir no mercado cultural, sofrendo interferências mútuas. Algumas manifestações populares deixaram de ser representações culturais regionais e alcançaram uma projeção nacional, criando uma aproximação estreita entre o que é tradicional e o que é contemporâneo.

Nessa perspectiva, é relevante identificarmos a presença desse fenômeno comunicacional, o ativismo midiático, na cultura do Maracatu Rural representado pelo Estrela de Ouro de Aliança, município de Pernambuco, para compreendermos de que maneira esse ator social contribui de forma ativa para o grupo ao qual pertence. Desta forma, se faz necessário analisarmos as influências do mercado cultural sobre a formação da identidade do Maracatu Rural Pernambucano, as transformações introduzidas na manifestação folclórica

através dos meios de comunicação de massa e o modo pelo qual os brincantes reinterpretam as informações do mercado cultural.

Acreditamos que a relevância deste trabalho não está somente, no fato de querermos entender as novas dimensões da relação da cultura regional com a mídia, mas também, para compreender como esse fenômeno da comunicação transforma de forma significativa a cultura e a imagem do maracatu.

Esta dissertação é composta por cinco capítulos, o primeiro capítulo está baseado na introdução, mostrando os objetivos geral e específicos, assim como, a metodologia abordada, que passa pelos métodos utilizados até chegarmos à teoria pela qual nos baseamos, a folkcomunicação.

O segundo capítulo traz a fundamentação teórica, onde fazemos uma reflexão sobre o que é cultura e cultura popular. Em seguida, a nossa base teórica, a folkcomunicação, é abordada desde os estudos do professor Luiz Beltrão até os estudos na modernidade, passando pelos conceitos e contribuições dos pesquisadores da Rede Folkcom como: Osvaldo Trigueiro (2008), Joseph Luyten (2001), Severino Lucena (2007), Roberto Benjamin (2001; 2004), Marques de Melo (2008), dentre outros que vêm contribuindo com a teoria Beltraniana.

O terceiro capítulo é destinado a trazer informações sobre o carnaval no Brasil e em Pernambuco, em especial, o carnaval do Recife, além de abordar a história do Maracatu Rural da Zona da Mata Pernambucana, onde a pesquisa se torna muito rica, pelo fato de existir poucos estudos e relatos sobre essa manifestação cultural.

O quarto capítulo traz o nosso primeiro objeto de estudo: o ativista midiático presente no Maracatu Estela de Ouro, essa seção começa com um breve histórico do Maracatu Estrela de Ouro, contada pelos próprios participantes do grupo, utilizando a história oral como suporte metodológico. Em seguida, identificamos os ativistas midiáticos presentes no maracatu e a sua importância para o grupo.

E por fim, o quinto e último capítulo, apresenta a apropriação do Maracatu Rural pernambucano pelo mercado cultural, as transformações introduzidas na manifestação folclórica através dos meios de comunicação de massa e o modo pelo qual os brincantes reinterpretam as informações desse mercado cultural.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Podemos dizer que uma pesquisa é, de alguma forma, uma grande viagem em que o pesquisador se vê em caminhos já explorados. Porém, o que irá nos diferenciar dos demais pesquisadores é a forma como olhamos o nosso objeto e as experiências vividas ao longo dessa jornada.

Contudo, a definição do objeto de estudo assim como, a opção metodológica, constitui uma das etapas mais importantes de uma pesquisa, pois nos norteará para que caminhos devemos seguir e quais métodos devemos abordar. Muitas vezes nos deparamos no meio da pesquisa sem embasamento metodológico, o que faz com que a investigação crie meios próprios, específicos para tal abordagem, o que de certa forma, contribuirá para outras pesquisas acadêmicas.

Primeiramente, a nossa pesquisa começou na revisão bibliográfica, com as definições e os conceitos sobre cultura, cultura popular, folkcomunicação, ativismo midiático. Depois fomos nos aprofundando na história de Pernambuco e do seu carnaval. Os artigos, livros, resumos, teses e dissertações foram bastante enriquecedoras no conhecimento adquirido e compartilhado, pois através deles pude fazer minhas leituras e transcrição dos dados pesquisados.

Na primeira etapa do nosso estudo realizamos um levantamento bibliográfico sobre o Maracatu Estrela de Ouro, visando aprofundarmos o conhecimento e criar maior familiaridade com o objeto de estudo aqui proposto. No segundo semestre do mestrado, isto é, entre os meses de julho de 2012 a fevereiro de 2013, foram realizadas visitas ao Estrela de Ouro

Ao analisarmos o contexto do grupo estudado, no caso o Maracatu Estrela de Ouro, procuramos os significados atribuídos à sua cultura e identidade. Desta forma, a pesquisa etnográfica nos deu suporte metodológico para compreendermos esse espaço cotidiano e cultural no qual, o grupo faz parte, além de constatarmos o simbolismo presente em todo o processo social. (HAMMERSLEY; ATKINSON, 1994)

Desta forma, a pesquisa de campo etnográfica busca a inserção no contexto natural para acessar as experiências, os comportamentos, as interações e os documentos para assim, compreender a dinâmica do grupo estudado.

> Etnografia é também conhecida como: pesquisa social, observação participante, pesquisa interpretativa, pesquisa analítica, pesquisa hermenêutica. Compreende o estudo, pela observação direta e por um período de tempo, das formas costumeiras de viver de um grupo particular

> de pessoas: um grupo de pessoas associadas de alguma maneira, uma unidade social representativa para estudo, seja ela formada por poucos ou muitos elementos. A etnografia estuda preponderantemente os padrões mais previsíveis do pensamento e comportamento humanos manifestos em sua rotina diária; estuda ainda os fatos e/ou eventos menos previsíveis ou manifestados particularmente em determinado contexto interativo entre as pessoas ou grupos. (MATTOS, 2001, p. 1)

Para Moreira e Caleffe (2006), a etnografia é um método e um ponto de partida, é a interação entre o pesquisador e os seus objetos de estudos. Neste sentido, a etnografia voltava-se, prioritariamente, para a descrição e interpretação dos valores, das crenças, das ações e de todos os eventos que envolvem a vida dos sujeitos pesquisados.

Além de optarmos pela etnografia como um dos procedimentos metodológicos, adotamos outras ferramentas nesta pesquisa, também consideradas qualitativas que atendesse à demanda da mesma. Levando-se em conta a necessidade de registrar os fatos a partir da ótica do agente comunicador, decidimos aplicar os métodos elucidados pela história oral, levantamento bibliográfico e documental, procurando revisar as teorias e os conceitos sobre cultura popular, folkcomunição, ativismo midiático e mercado cultural.

Na história oral, as entrevistas nos auxiliaram a compreender quem são esses ativistas midiáticos, ou seja, nada melhor do que os próprios atores relatarem as suas histórias. A metodologia da história oral além de enriquecer a pesquisa, dar mais dinamicidade ao objeto estudado, tornando-o prazeroso.

Segundo Minayo (1993), o método qualitativo é um fenômeno de aproximações sucessivas da realidade, fazendo uma combinação particular entre a teoria e os dados. É o caminho e o instrumental pelo qual se chega a abordagem da realidade, além de serem realizados no local de origem dos dados da pesquisa.

Esse método qualitativo é considerado também descritivo pelo fato de que os dados obtidos são analisados indutivamente, além de envolver a coleta e análise sistemática de materiais narrativos mais subjetivos. Nas entrevistas com os participantes do Maracatu Estrela de Ouro, adotamos um roteiro com perguntas abertas, podendo o objeto de estudo ser analisado durante a entrevista e não havendo hipóteses à priori. A metodologia da história oral:

> [...] é antes um espaço de contato e influências interdisciplinares [...] com ênfase nos fenômenos e eventos que permitam, através da oralidade, oferecer interpretações qualitativas de processos histórico-sociais. Para isso, conta com métodos e técnicas precisas, em que a constituição de fontes e arquivos orais desempenha um papel importante. [...] a história oral, ao se interessar

> pela oralidade, procura destacar e centrar sua análise na visão e versão que dimanam do interior e do mais profundo da experiência dos atores sociais. (LOZANO, J. E; Aceves apud FERREIRA & AMADO, 1996, p.6)

Portanto, a história oral foi utilizada como um método de pesquisa, no qual nos ajudou a analisar os ativistas midiáticos através das suas visões de mundo, suas experiências, seus testemunhos, o que nos permitiu estabelecer uma aproximação com o objeto de estudo. (ALBERTI, 1989)

As investigações sobre o Maracatu Estrela de Ouro de Aliança, Pernambuco, obedeceram a dois níveis de análise: 1) *O ativismo midiático presente no grupo folclórico do Maracatu Estrela de Ouro;* 2) *A apropriação do Maracatu Rural pernambucano pela indústria cultural.* Para compor o *corpus* deste trabalho foi analisado o Maracatu Estrela de Ouro de Aliança- PE, durante o Carnaval 2013.

No primeiro momento, a teoria que nos ofereceu suporte foi a teoria Beltraniana, pois a mesma nos ajudou em todo o processo da dissertação, tanto na análise e identificação do ativista midiático presente no Maracatu Estrela de Ouro, como na apropriação do mercado cultural na cultura popular.

Na segunda etapa da pesquisa, no que diz respeito à apropriação do mercado cultural, abordamos os conceitos de pernambucanidade, Cotidiano e de identidade cultural, para entendermos os espetáculos como sendo fenômenos de cultura da mídia e a cultura como um produto comercializado, neste caso, a manifestação folclórica, o Maracatu.

1 A CULTURA POPULAR E A TEORIA DA FOLKCOMUNICAÇÃO

O ato de refletir sobre a cultura nos possibilita um leque de significados, sejam em nosso cotidiano ou nas ciências que a estuda. Não estamos aqui para discutir ou desdobrar os significados do termo cultura. Nosso objetivo é identificar algumas abordagens que nos ajudarão a compreender o termo cultura dentro do nosso cenário de estudo.

Não podemos falar de folkcomunicação sem antes entendermos, ou pelo menos tentarmos, compreender o que seja cultura e cultura popular. Primeiro precisamos entender que cultura não é algo presente apenas nos saberes eruditos, tampouco nos grupos excluídos da sociedade. Cultura pode ser entendida de muitas formas, principalmente pelo fato da sociedade ser dividida em classes, fato que também ocorre com a cultura.

1.1 Cultura

No início da pesquisa aqui proposta, tivemos os primeiros contatos com o Maracatu Estrela de Ouro de Aliança - Pernambuco. E começamos com uma simples pergunta, ou talvez complexa demais: O que é cultura? Mestre Duda, o mestre desse maracatu, respondeu em sua simplicidade – “cultura é tudo em sua volta, do partir o pão, ao brincar maracatu.” Percebi que antes de entendermos o que seja cultura, precisamos entender, ou pelo menos tentarmos entender, o cotidiano.

> O cotidiano é aquilo que nos é dado cada dia, nos pressiona dia após dia. [...] O cotidiano é aquilo que nos prende intimamente, a partir do interior. [...] É uma história a caminho de nós mesmos, quase em retirada, às vezes velada. (CERTEAU; GIARD; MAYOL 1996, p. 31)

Certeau (1994) considera que toda atividade humana pode ser cultura, mas ela não o é necessariamente ou, não é forçosamente reconhecida como tal, pois, “para que haja cultura, não basta ser autor das práticas sociais; é preciso que essas práticas sociais tenham significado para aquele que as realiza.” (CERTEAU, 1994, p. 142)

O conceito de cultura popular desenvolvido por Certeau (1980 apud CUCHE, DENYS, 1999, p. 150) compreende a cultura proveniente do povo, ‘a cultura comum’ cultivada pelo homem comum, isto é, uma cultura que se fabrica no cotidiano, nas atividades ao mesmo tempo banais e renovadas a cada dia.

Falar de cultura é abrir o leque de significados que o termo carrega desde o contexto de formação histórica ao social. Segundo Geertz (1989) a cultura e o homem andam juntos em

uma mesma direção, isto é, sem o homem certamente não existiria a cultura, e sem cultura certamente também não existiria o homem.

Sob a dimensão do conhecimento, a cultura está ligada à noção que a sociedade tem sobre si mesma, sobre outras sociedades e sobre o meio material em que vive, incluindo também os modos como é expressa, seja pela arte, religião, esporte, tecnologia, ciência, política etc. A compreensão desses elementos serve não somente para descrever a realidade, mas principalmente para reconhecer suas contradições e problemáticas, possibilitando apontar caminhos para mudanças.

O estudo e avaliação das diferentes formas culturais variam de acordo com a cultura que se está inserido e pela qual se realiza a observação e interpretação. Torna-se importante compreender que os critérios usados para se classificar uma cultura são também culturais, tudo se torna relativo quando falamos de avaliação da cultura.

Geertz (1989), afirma que a cultura é entendida como um sistema simbólico, carregado de sentidos e significados. Entretanto esses sentidos e significados não são internalizados reflexivamente nas pessoas, mas estão incorporados de acordo com as interações sofridas entre elas, isto é, depende das interações sociais dos indivíduos.

Ainda segundo Geertz (1989) a cultura é considerada como uma “hierarquia de estruturas significativas” constituídas de ações, símbolos e da comunicação verbal e não verbal, ou seja, seria como “teias de significados simbólicos.” Nessa perspectiva, os fenômenos culturais são vistos como formas simbólicas presentes na interpretação e compreensão dos significados do mundo em que vivemos, a partir dos indivíduos e das suas relações.

1.2 Cultura popular

Algumas discussões sobre o conceito de cultura popular nos ajudam na definição de escolhas e precauções necessárias em relação à pesquisa sobre o maracatu como uma manifestação da cultura popular.

Segundo Canclini (1983), podemos dizer que:

> 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 dos seus setores subalternos, e pela compreensão, reprodução e transformação, real e simbólica, das condições gerais e especificas do trabalho e da vida. (CANCLINI, 1983, p.43)

Tentar definir o que é a cultura popular é sempre algo um tanto quanto difícil, duas tendências norteiam essas tentativas de defini-la: a primeira considera a cultura popular como autônoma, autêntica, e que se manifesta através de estratégias e da astúcia frente aos padrões dominantes da cultura erudita; a segunda reforça a dependência da cultura popular em relação à cultura erudita.

Para muitos, o conceito de folclore e cultura popular são sinônimos, pois possuem vários significados. Alguns pensam que o folclore na verdade se refere à cultura, e os que equivalem a cultura popular à cultura de massa e pensam ser tudo folclore. No final pensam que falar folclore, cultura popular e de massa seria a mesma coisa.

Segundo Canclini (1983) pensar a cultura popular é refletir sobre a cultura do povo, o que de certa forma, atualmente vem sendo bastante utilizado e discutido. Em nosso estudo, esses dois conceitos estão inter-relacionados ao abordarmos as manifestações folclóricas e populares, visto que, os mesmos possuem várias utilizações conforme o contexto analisado.

Suassuna (1974) percebe no “popular” a expressão maior da cultura brasileira, donde devem resultar todas as práticas culturais da sociedade. A cultura popular, segundo Suassuna (1974), é apontada como o “espelho”, no qual as produções artísticas e culturais devem ser refletidas, realizando uma inversão no percurso sugerido por Chauí (2006) não sendo mais a cultura popular o reflexo da cultura erudita, e sim, o conservador da tradição, ao qual se deve recorrer a fim de se instituir e recuperar a essência do nacional.

O conceito de cultura popular na modernidade também é perpassado pela concepção de cultura, que recolocam, de certa forma, novas abordagens aos processos sociais e culturais que produzem as culturas populares e o folclore.

Dessa forma, a partir dessa perspectiva se compreende os mecanismos pelos quais os grupos de cultura popular reconfiguram seus processos comunicacionais na contemporaneidade, a partir do momento que invocam novas formas de comunicar aliando elementos midiáticos de massa às suas performances.

> A evolução das festas tradicionais, da produção e venda de artesanato revela que essas não são mais tarefas exclusivas dos grupos étnicos, nem sequer de setores camponeses mais amplos, nem mesmo da oligarquia agrária; intervêm também em sua organização os ministérios de cultura e de comércio, as fundações privadas, as empresas de bebidas, as rádios e a televisão. Os fenômenos culturais folk ou tradicionais são hoje o produto multideterminado de agentes populares e hegemônicos, rurais e urbanos, locais, nacionais e transnacionais. Por extensão, é possível pensar que o popular é constituído por processos híbridos e complexos, usando como

> signos de identificação elementos procedentes de diversas classes e nações (CANCLINI, 1997, p. 220-221).

Trigueiro (2005) em suas pesquisas observou o formato das festas populares que hoje estão transitando para o campo midiático, um exemplo desse processo são as festas, que antes eram realizadas de forma espontânea, muitas vezes, uma tradição passada de pai para filho, uma forma de tornar viva, e reviver a história do seu povo e da sua família, e que hoje são organizadas com grupos multimidiáticos, instituições e promotores culturais.

> É como se existissem duas festas, uma dentro da outra, ou seja, a festa central institucionalizada, de interesse econômico dos megagrupos empresariais, políticos e até religiosos, e a outra periférica, que continua sendo organizada através da mobilização da comunidade, pelas fortes redes sociais de comunicação, e com a finalidade alegórica de rompimento com o cotidiano e com o mundo normativo estabelecido. (TRIGUEIRO, 2005, p.5)

Dessa forma, as manifestações da cultura popular apresentam dinâmicas próprias, que cada vez mais estão se adaptando para se inserirem no campo midiático. É o que acontece com a manifestação popular o Maracatu Estrela de Ouro de Pernambuco que iremos analisar. Não podemos esquecer de que a cultura popular não é composta de resíduos de uma cultura superior, como também, não é passado teimando ser o presente. A cultura está em um processo contínuo de agregar e modificar valores, não é algo morto, pelo contrário a cultura é viva, ativa e em constante modificação.

1.3 A Folkcomunicação segundo Luiz Beltrão

A Folkcomunicação surgiu das pesquisas desenvolvidas por Luiz Beltrão para tentar entender como um indivíduo analfabeto e que não tem acesso à informação poderia expressar sua opinião. Logo, percebeu que os grupos marginalizados encontravam formas de comunicar-se, as quais não dependiam dos meios massivos para obter informações.

Em seu artigo intitulado “O ex-voto como veículo jornalístico”, Beltrão (1980) analisou o ex-voto, que significa um cumprimento de um pedido, uma súplica feita a Deus, à Nossa Senhora ou aos santos, ou até mesmo uma promessa, um voto. Podendo ser representado por um quadro, imagem ou objeto que se coloca em igrejas, capelas ou santuários.

Para Beltrão (1980), esse ex-voto era como uma voz informadora da cultura, essas manifestações populares também tinham a mesma importância comunicacional que as difundidas pela comunicação de massa.

O termo folkcomunicação surgiu em decorrência dos estudos de sua tese de doutorado em 1967 intitulada: “Folkcomunicação, um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias”. Para Beltrão (1980), esses grupos tidos como marginalizados utilizavam-se de comunicação própria para poder comunicar-se uns com os outros. Logo, Beltrão (1980) analisava a comunicação popular como uma manifestação própria dentro do contexto cultural desses grupos.

Beltrão percebeu que a transmissão das mensagens populares ocorria através do folclore, e a Folkcomunicação surgiu da conexão entre o folclore e a comunicação, “o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore”. (BELTRÃO, 2001, p.62).

Beltrão (1980) reforça o pensamento de que a comunicação não é só identificada nos grandes meios comunicacionais, mas também dentro da própria sociedade, sendo realizada por pessoas simples que utilizam linguagem própria para comunicar e disseminar suas ideias, a essas pessoas ele chamou de agentes folkcomunicacionais.

Esses agentes utilizam-se de meios como as manifestações populares, religiosas e do artesanato para comunicar suas opiniões e pensamentos. Portanto, folkcomunicação é “a utilização de mecanismos artesanais de difusão simbólica para expressar, em linguagem popular, mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural”. (MARQUES DE MELO, 2008, p.89)

Luyten (1983) ainda reforça o conceito de folkcomunicação como sendo:

> Em termos gerais, pode-se dizer que folkcomunicação é comunicação em nível popular. Por popular deve-se entender tudo o que se refere ao povo, aquele que não se utiliza dos meios formais de comunicação. Mais precisamente: folkcomunicação é a comunicação através do folclore. (LUYTEN, 1983, p. 32-34).

Segundo Beltrão (1980), no sistema de folkcomunicação as manifestações são sobretudo, resultado de uma atividade artesanal do agente comunicador, protagonista de um processo de difusão que ocorre horizontalmente nas microredes, como enfatiza:

> A folkcomunicação é, por natureza e estrutura, um processo artesanal e horizontal, semelhante em essência aos tipos de comunicação interpessoal, pois suas mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência, conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador. (BELTRÃO, 1980, p.28)

Para Hohlfeldt (2008), o conceito de folkcomunicação vem sendo ampliado ao longo dos anos, passando a ser entendido como:

> Estudos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se socializam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada, ou se modificam quando apropriadas por tais complexos. (HOHLFELDT, 2008, p. 82).

Ao estudar as classes marginalizadas, Beltrão (1980) quis saber como elas se informam e quais os veículos que elas utilizam, já que eram excluídos tanto politicamente quanto das formas de comunicação tradicionais, como rádio, televisão e jornal. Logo, Beltrão (1980) divide em três grandes grupos:

O primeiro grupo messiânico é composto,

> [...] de seguidores de um líder carismático, cujas ideias religiosas representam contrafações, adulterações, exacerbações ou interpretações personalíssimas de dogmas e tradições consagradas pelas crenças ou denominações religiosas estabelecidas e vigentes no universo da comunicação social. (BELTRÃO,1980, p. 103)

O segundo grupo é o político-ativista que,

> Tem uma ideologia que a comunidade, em sua grande maioria, considera exótica ou insuportável. São indivíduos decididos a manter estruturas de dominação e opressão vigentes ou revolucionar a ordem política e social em que se fundamentam as relações entre os cidadãos, empregando a força como a arma principal para impor suas diretrizes. (BELTRÃO, 1980, p. 104).

E o último grupo é o erótico-pornográfico,

> Não aceitam a moral e os costumes que a comunidade adota como sadios, propondo-se a reformá-los em nome de uma liberdade que não conhece limites à satisfação dos desejos sexuais e prática hedônicas consideradas perniciosas pela ética social em vigor. (BELTRÃO, 1980, p.104)

A semelhança entre esses grupos é a de que todos aspiram “[...] a uma vida livre de sofrimentos, angústias, injustiças e opressões e/ou de pleno gozo das riquezas e prazeres que a civilização proporciona a uma minoria privilegiada.” (BELTRÃO, 1980, p. 104).

A Folkcomunicação teria como o público principal, assim podemos classificar, aqueles excluídos da sociedade e dos formatos impostos por ela e pela comunicação de massa, discordando da tendência massificadora e dominante, encontrando a sua própria forma de se comunicar, expressar, e lutar pelas suas ideias, gerando assim, seus próprios meios de comunicação.

Beltrão (1980) realizou um levantamento dos fenômenos folkcomunicacionais que foram por ele classificados nas seguintes modalidades:

a) Folkcomunicação oral: linguajar, nomes exóticos, apelidos, xingamentos, palavrões, provérbios, mitos e lendas.

b) Folkcomunicação musical: assobio e aboio, cantorias, canção rural, hinos religiosos e canções infantis.

c) Folkcomunicação escrita: grafitos, manuscritos datilografados em xerox (cartas enviadas aos meios de comunicação, cartas de devotos aos santos), cartazes, volantes, folhetos (cordel, almanaques, folhinhas, livro de sorte), santinhos, batizados, gravuras e textos religiosos e profanos e senso artístico dos moradores.

d) Folkcomunicação icônica: escultura popular da qual alguns exemplos são: bonecos de barro, figuras do imaginário religioso, ex-votos esculpidos, carrancas, brinquedos esculpidos. Objetos de adorno como amuletos, joias e bijuterias, indumentária que indique profissão, crença religiosa das classes populares. Arquitetura popular, pintura, gravura popular, cerâmica utilitária, tecelagem, luminárias, arranjos de mesa, alimentos, ornamentação dos pratos e objetos de papelão.

e) Folkcomunicação de conduta (cinética): o trabalho e o lazer como: ofícios, profissões e técnicas populares, jogos, dança e bebidas, principais programas radiofônicos, músicas, programas de TV, hábitos de leitura, ida ao teatro, espetáculos e participação em partidas de futebol das classes populares). Autos e espetáculos populares: festas, danças folclóricas, etc. Atividades religiosas: celebrações de Natal, Quaresma, Festas juninas, santos padroeiros, peregrinações, promessas, folias, novenas e devoções, atos públicos evangélicos, afro-brasileiros e orientais. Superstições e crendices. Atividades cívicas e políticas como feriados civis e sua celebração, comícios, passeatas, greves, atos de violência, eleições e conflitos.

Para Beltrão (2004), a pesquisa em Folkcomunicação não é aquela que descreve as manifestações folclóricas apenas em seu sentido tradicional, e sim a que descobre o significado do pensamento do indivíduo ou grupo que está presente na mensagem aparentemente tradicional, mas que foi atualizada a partir da mudança social.

> Eu diria que a pesquisa em folkcomunicação é, sempre **à procura do que é dito numa metalinguagem** (oral, gráfica, musical, icônica ou cinética), na qual as maneiras de expressar-se, como os tropos (metáforas e metonímias), os recursos de construção (elipses, pleonasmos, reticências, sínqueses e anáforas) e as figuras de pensamento (à semelhança dos paradoxos, antíteses, eufemismos, preterições, alusões e antífrases da comunicação verbal) devem ser rigorosamente examinadas como partes importantes na decodificação do discurso como um todo. (BELTRÃO, 2004, p. 94, grifo do autor)

A relevância das pesquisas de Beltrão consiste no fato de reconhecer essas manifestações folclóricas, antes interpretadas como somente artísticas, para que se identificasse a voz do povo, considerando que a troca de informação e opiniões não estava restrita às classes eruditas da sociedade.

Ao contrário do que se pensava, os veículos de massa não tinham total influência sob a audiência, no sentido de mudar ações. Baseado na teoria americana funcionalista *two-step-flow-of-communication*[2], Beltrão(1980) acreditava que o fluxo de comunicação ocorre em dois estágios: do meio de comunicação para um líder de opinião e deste para o grupo ou indivíduo mais próximo e assim por diante.

Beltrão (1980) reconheceu o papel do folclore como ferramenta de comunicação desses grupos, a partir de uma figura, o líder de opinião, que captava as mensagens dos veículos de comunicação de massa e traduzia para os demais do grupo. Esse agente goza de certo prestígio no seu grupo de referência, independentemente de sua posição social e econômica, tendo um maior acesso aos meios massivos, e assim transmite as informações para o seu grupo exercendo influências importantes nesse processo de recepção.

> [...] líderes agentes-comunicadores de *folk*, aparentemente, nem sempre são autoridades reconhecidas, mas possuem uma espécie de carisma, atraindo ouvintes, leitores, admiradores e seguidores e, em geral, alcançando a posição de conselheiros ou orientadores da audiência sem uma consciência integral do papel que desempenham. (BELTRÃO, 2007, p. 43)

[2] Teoria de comunicação proposta por Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson e Hazel Gaudet. (1944)

Entendemos os líderes de folk como sendo os reprodutores das mensagens, aqueles que realizam as mediações entre os conteúdos da comunicação de massa à cultura popular. (BELTRÃO, 2004, p. 77).

O professor Trigueiro (2007) trouxe uma nova visão para os estudos da Folkcomunicação: o ativista midiático, em que se pôde perceber que o "agente intermediário da Folkcomunicação, concebido por Beltrão, já não é tão importante na codificação das mensagens da mídia para um contexto local." (TRIGUEIRO, 2007, p.142).

Desta forma, Trigueiro (2007) relata a necessidade de estudarmos as novas configurações midiáticas, além de entendermos como trabalham os agentes da folkcomunicação entre os espaços locais e globais.

1.4 O Ativista Midiático

Ao desenvolver a teoria da Folkcomunicação, Luiz Beltrão descreveu as principais características do que seria um líder de opinião. A primeira seria a credibilidade na qual ele teria agregado com a comunidade, isto é, seria capaz de transmitir e retransmitir suas mensagens. A outra característica podemos dizer que seria a sua "influência", a qual também era aceita em outros grupos/comunidades. Esse espírito de liderança lhe condicionava o poder de recepção e decodificação das mensagens. Beltrão vai chamá-los também de intermediadores entre os meios de comunicação e os seus grupos.

O ativista é aquele que fará a comunicação ou intermediará juntamente aos produtores culturais ou a mídia. Ele dá visibilidade ao seu grupo, buscando assim torná-lo conhecido e reconhecido entre a realidade local e global, atua no seu grupo de referência como um participante ativo.

> O ativista midiático age motivado pelos seus interesses e do grupo social ao qual pertence na formatação das práticas simbólicas e materiais das culturas tradicionais e modernas para o uso da vida cotidiana. É um narrador da cotidianidade, guardião da memória e da identidade local, reconhecido como porta-voz do seu grupo social e transita entre as práticas tradicionais e modernas, apropria-se das novas tecnologias de comunicação para fazer circular as narrativas populares nas redes globais. (TRIGUEIRO, 2008, p.48)

O conceito de líder de opinião, denominado por Luiz Beltrão será substituído pelo de ativista midiático (TRIGUEIRO, 2008), ou seja, caracterizado como sendo os intermediários entre os produtos de cultura e os comunicadores, muitas vezes, assumem papeis de líderes dentro do grupo, lutando por melhorias da comunidade como um todo.

> O ativista midiático é um protagonista nos processos de mediações, entre o local e o global, realizados nos diferentes espaços públicos e privados que constituem a vida cotidiana do seu grupo social, não se satisfaz apenas em estar atualizado com os acontecimentos midiáticos, mas seus ativismos ressaltam na apropriação, na objetivação, na incorporação e na conversão dos conteúdos midiáticos, para o uso e consumo do seu grupo de convivência sociocultural. (TRIGUEIRO, 2008, p. 47)

Nos estudos desenvolvido por Trigueiro (2008) sobre o ativista midiático, ele relata que o ativista exerce duas funções em relação à comunicação, uma interna, pois o ativista considerado como líder, interage e se torna mediador na comunidade. Já a comunicação externa ao grupo, seria a visibilidade no âmbito regional e até mesmo global. Nesse caso, o ativista utiliza de estratégias e de habilidades, como por exemplo, o uso dos meios de comunicação de massa, para informar e dar mais visibilidade ao grupo ao qual pertence.

Para o autor todos os ativistas midiáticos são considerados atores ativos, pois agem na interpretação, interação com o grupo e reinterpretação dos conteúdos. Além de trazer benefícios e melhorias para a comunidade, ou seja, é considerado como um "militante cultural" capaz de planejar e organizar a participação de outros indivíduos em prol dos seus objetivos. (TRIGUEIRO, 2008, p. 47)

Contudo, em alguns estudos recentes referente a esse fenômeno, percebemos que os veículos de comunicação de massa se apropriam da emissão de novos elementos e das mensagens populares, logo será caracterizado como folkmídia, que iremos analisar a seguir.

1.5 Folkmídia: um processo híbrido

As pesquisas de comunicação com enfoque nas manifestações populares foram crescendo e com isso, tornando-se interesse de vários pesquisadores, assim como Luiz Beltrão, começaram a compreender as manifestações populares como formas de comunicação. Logo, voltaram o seu olhar também para a sociedade de massa, isto é, analisar as apropriações que a cultura de massa faz em relação a cultura popular, desta forma, nasce o conceito de folkmídia.

> Ao se apropriar de elementos da cultura *folk*, os produtores da cultura de massa procedem a uma seleção e reprocessamento a fim de tornar tais elementos compatíveis com os padrões e o estilo vigente em seu meio. (BENJAMIN, 2006, p. 56).

Ao utilizarmos o termo folkmídia no contexto da Folkcomunicação, abordaremos o intercâmbio de informações entre os meios de comunicação de massa e a folkcomunicação, ou seja, a utilização do folclore pela mídia. Entendemos que “a folkmídia se propõe a investigar a presença de elementos da cultura popular na mídia de massa, e analisar a maneira como são utilizados.” (LUCENA FILHO, 2007, p. 67)

Colaborando com este pensamento sobre a folkmídia, o pesquisador Joseph Luyten, entende o termo folkmídia da seguinte maneira:

> [...] julgamos conveniente destacar o termo folkmídia como significativo de utilização de elementos folkcomunicacionais pelos sistemas de comunicação de massa. Acreditamos, desta forma, estarmos colaborando para um entendimento melhor de um fenômeno que se torna mais e mais evidente em uma época como a nossa, em que o inter-relacionamento das várias formas distintas de comunicação vai se revestindo de interesse cada vez maior da parte de estudiosos do fenômeno geral a que chamamos Comunicação Social. (LUYTEN, 2002, p.32)

Nessa perspectiva, ao utilizarmos a folkmídia identificaremos como os sujeitos das *mass media* apropriam-se e utilizam-se dos elementos da comunicação popular, ou seja um dos objetivos propostos em nossa pesquisa do mestrado, na qual estamos dissertando: analisar o Maracatu Estrela de Ouro de Aliança - PE reconfigurando-o para o contexto midiático através do ativismo midiático; e compreender as apropriações do mercado cultural sobre a formação da identidade do Maracatu Rural Pernambucano.

2 O CARNAVAL NO BRASIL

Fevereiro é sinônimo de carnaval, nossa maior festa, podemos dizer que este período seja a libertação da opressão do cotidiano, ou até mesmo a inversão dos papeis sociais, como alguns pesquisadores chamam. Esse é o momento de usar as máscaras, de tornarmos reis e rainhas, príncipes e princesas.

Faz-se necessário traçarmos uma perspectiva histórica do carnaval no mundo, no Brasil até chegarmos no Recife, para entendemos melhor onde está inserido o nosso objeto de estudo.

A etimologia da palavra carnaval significa *carne vale,* dizer adeus à carne. Esta festa se originou na Grécia há mais de 500 anos a.C., caracterizava-se pelos agradecimentos que o povo fazia aos deuses pelas colheitas e pela sua produção naquele período. Os festejos eram bastante comemorados pelos povos em torno de muita comida, bebidas, em especial vinhos, há alguns relatos de que o carnaval possa ter origem nos rituais de orgia e nas festas pagãs.

A igreja não via com bons olhos as festas pagãs, como forma de conter os excessos do povo, a igreja incluiu o período momesco no calendário religioso, ou seja, o carnaval era a festa da carne que terminava na quarta-feira de cinza, onde os pecados cometidos nas festas eram “queimados” juntos com as cinzas, e assim iniciava-se a Quaresma, período de abstinência tanto de carne, como de bebidas, sexo e até mesmo diversões, é um momento de se resguardar e jejuar.

Na Europa, 590 d.C. comemorava-se o entrudo que significava começo, isto é, abertura da Quaresma. Em Portugal, esse ritual, o entrudo era uma verdadeira bagunça, pois como o povo passava quarenta dias em jejum, por conta da Quaresma, para compensar faziam uma festa maior, atirando frutas podres, ovos, comidas e água, o que nos lembra muito bem o mela-mela do nosso carnaval e foi justamente através do entrudo português que originou-se o carnaval no Brasil.

Como dito anteriormente, o carnaval do Brasil teve origem no entrudo português. Mas, recebeu também influências francesas e italianas, as quais nos apresentou as máscaras. E apenas no século XX foi que recebemos elementos africanos, considerados fundamentais para o seu desenvolvimento. Talvez seja por conta desse mix de culturas, que o carnaval do Brasil seja o mais famoso do mundo, atraindo assim, pessoas do mundo inteiro, todos os anos, no período da festa de momo.

No Brasil, o entrudo ainda durou muito tempo, mesmo com toda a censura que a brincadeira sofria, muitos diziam que ela tinha um sentido de “mundo pelo avesso”, uma

verdadeira desordem social. O entrudo tinha um sentido diferente da prática do carnaval no Brasil, em que a festa era apenas para as elites e consequentemente mais organizada. O entrudo era uma prática de rua, não existia grupos, eram todos por si, parecia mais um campo de guerra, uma verdadeira batalha, uns usavam a brincadeira para descontrair, outros utilizavam de forma agressiva. (ARAÚJO, 2003)

No Rio de Janeiro, o entrudo foi proibido pelas autoridades, como relata o folclorista Luiz Antonio Barreto (1994) “Fica proibido o jogo do Entrudo; qualquer pessoa que jogar incorrerá em pena de quatro a doze mil réis; e não tendo como satisfazer, sofrerá de dois a oito dias de prisão.” Estes relatos foram retirados da publicação do fiscal da Freguesia da Candelária, em 1853.

> [...] diferente da desordem popular do entrudo, os nobres influenciados pela Família Real e sua Corte, preferiram importar da França uma nova maneira de brincar, civilizadamente; os bailes de máscaras, que inventam dois espaços distintos no cenário carnavalesco: a rua e o salão, dividindo nitidamente a diversão entre classes. (FERREIRA, 2004, p.110).

Os bailes carnavalescos, apesar do distanciamento das camadas mais populares, tiveram uma enorme importância para a formação do carnaval brasileiro. A principal delas foi a de fornecer à folia das ruas uma série de modelos a serem imitados e recriados pelos foliões que não tinham condições de frequentar as festas dos teatros e salões.

Com o passar do tempo, os bailes foram popularizando-se até serem divididos entre os bailes da elite e os bailes das classes intermediárias. A popularização e a criação do baile da classe média foram de extrema importância, pois a partir desse divisor de águas surgem as condições de criação das Sociedades Carnavalescas.

Novos caminhos surgiam para o carnaval de rua, com a saída dos bailes dos salões para as ruas, começou a formar-se uma espécie de encantamento, tanto para quem desfilava, quanto para quem assistia. Segundo Araújo (2003), no Rio de Janeiro, essa nova forma de brincar carnaval aconteceu pela primeira vez no ano de 1855, em um Congresso de Sumidades Carnavalescas.

Muitas características perpassam esse momento histórico da festa na cidade, tudo parecia acontecer simultaneamente, o jogo do entrudo que ainda persistia, os bailes de salões que para chegarem ao seu destino ainda se misturavam com a folia de rua e os grandes desfiles das Sociedades Carnavalescas. Parece que nosso carnaval já adquiria, desde então, características multiculturais, o poder de misturar classes e a oportunidade de cada vez mais

escapar do cotidiano e esperar a cada ano ansiosamente pelos dias antecedentes à Quaresma. A partir desse momento, a festa parece começar a abandonar as importações e adquirir vida e características muito próprias.

Falar em carnaval era fazer referência ao famoso baile de máscaras, festa para a elite carioca com muito luxo, danças, comidas e bebidas, todos se apresentavam fantasiados e utilizando máscaras. Por volta de 1840, no Rio de Janeiro foi realizado o primeiro baile de máscaras público do Brasil.

DaMatta (1999) vê o Carnaval como um processo de inversão, ou um ritual de passagem que realiza a ruptura do contínuo da vida social diária.

Situando o carnaval brasileiro dentro do processo de dominação capitalista, Ortiz (1980) nos diz que,

> Em momento nenhum a ordem do quotidiano deixa de existir. Pode-se argumentar ainda que as inversões são segmentadas e estratificadas. Não é por acaso que se exagera a ritualização da inversão sexual, mas são reduzidas as inversões de caráter propriamente político. A própria divisão da folia em classes contribui para isso [...] Contesta-se a posição do rei, mas nunca a autoridade real, os gestos não são revolucionários, mas simplesmente rebeldes. (ORTIZ, 1980, p.41)

Em síntese, a visão do carnaval como uma festa de plena integração social e participação coletiva em espaços democraticamente ocupados por toda a população se revela superficial e incompleta. Análises mais consistentes dão conta de que o período do carnaval, como a maior manifestação da cultura popular, sempre foi considerado um momento propício para a subversão da ordem pelas classes subalternas. Por isso, segundo Medeiros (2005, p.5),

“sempre foi uma festa temida, reprimida, cooptada; enfim, extremamente conflituosa e ambivalente.”

Lucena Filho (1998,) traçou em seu livro “O Azulão do Bandepe”, três grandes fases da história do carnaval no Brasil, logo se faz importante transcrevê-las:

- Primeira fase - Da época colonial até 1850. Período do carnaval de estilo Lusitano, em que vigorou plenamente, nas principais cidades brasileiras, o entrudo, jogo trazido pelos colonizadores portugueses.
- Segunda fase - 1850 a 1920 - Período do carnaval veneziano ou burguês. Nessa fase se deu o que podemos chamar de aburguesamento dos folguedos de momo, isto é, a camada urbana de melhor situação econômica passou a copiar

> os costumes burgueses europeus, também no que se refere à maneira de festejar o carnaval.

As camadas populares também criam maneiras de divertimento, uma vez que não era permitida a brincadeira para as camadas mais abastadas, assim surgiram várias manifestações, tais como: o bloco do Zé Pereira e os cordões em 1850; os rachos em 1870 e as escolas de samba por volta de 1928.

- Terceira fase - De 1920 aos nossos dias. O carnaval, finalmente, conseguiu o direito de expressão. As características que marcam as fases históricas do carnaval do Brasil foram vivenciadas em quase todos os estados, sobretudo em alguns com maior efervescência cultural e politica como Rio de Janeiro, Bahia, Minas Gerais e Pernambuco. (SIMSON, 1981 apud LUCENA FILHO, 1998, p.44-47)

2.1 O carnaval de Pernambuco

Nos primeiro anos do Século XX, o carnaval era considerado de estilo burguês, ou seja, nem todos podiam pular o carnaval, que na época sofria influências da Europa, porém já existia as manifestações carnavalescas populares – o samba, os maracatus, as máscaras populares e os clubes. Assim, os estados da Bahia, Rio de Janeiro e Pernambuco fazem parte da história do carnaval do Brasil, principalmente pela influência cultural, política e econômica da época.

Pernambuco “terra do frevo e do maracatu” é considerado um estado com efervescência cultural e pelas manifestações populares. Com isto, surgem vários ritmos músicas, danças, culturas, brincadeira e folguedos, tornando-se ímpar em relação aos demais carnavais do Brasil.

Podemos considerar que o frevo é uma das manifestações culturais presente no estado, destacando-se pela sua alegria, sua grande magia, de ritmo inigualável, capaz de arrastar multidões a cair no passo.

No livro de Katarina Real (1967), “O folclore no carnaval do Recife”, pude descobrir o significado do frevo, que segundo as suas pesquisas, deriva de fervorescente, efervescente e ferver, o frevo lembra ainda confusão, movimentação desusada, reboliço, agitação popular. Segundo a pesquisadora o frevo teria vindo dos movimentos da capoeira – “esporte” praticado pelos escravos libertos e que faziam passos na luta contra os militares. Alguns movimentos da capoeira lembram os passos do frevo, que também já recebeu os nomes de marcha, marcha-

carnavalesca-pernambucana e marcha-frevo. Porém, a palavra frevo teria sido utilizada oficialmente em 1907, por Osvaldo de Almeida.

Desde então, o frevo, com todo os seus passos, muitos deles difíceis de executar, exigindo um certo preparo físico, caiu nas graças do povo pernambucano e dos foliões que visitavam o estado no período carnavalesco. E, até hoje é considerado um dos símbolos do estado de Pernambuco e da alegria do seu povo.

O Estado de Pernambuco é marcado pela variedade de manifestações culturais e folguedos, isto é, a partir do século XIX começaram a surgir os primeiros clubes de máscaras e agremiações carnavalescas, com eles vieram os famosos Papangus de Bezerros, troças e grupos de carnaval espalhados por todos os bairros do Recife, cada um tinha um grupo para chamar de seu.

Segundo Bakthtin (1928 apud Lucena Filho, 1998, p.46), o carnaval é uma manifestação popular que privilegia o reverso:

> O carnaval na concepção de Bakhtin, é mais do que uma festa ou um festival, é a cultura opositora do oprimido, o mundo afinal visto de baixo na mera derrocada da etiqueta, mas o malogro antecipatório, simbólico, de estruturas sociais opressoras. O carnaval é profundamente igualitário. Ele inverte a ordem, casa opostos sociais e redistribui papéis de acordo com o mundo reverso. O carnaval coroa e destrona; ele arranca de seus tronos Monarcas e instala hilariantes reis da bagunça em seus lugares.

No livro “Carnaval: cortejos e improvisos”, o pesquisador Roberto Benjamin (2002), estabelece uma ligação entre os cortejos religiosos com os cortejos carnavalescos[3]. A pesquisadora Katarina Real (1990), uma das pioneiras a desenvolver estudos sobre o Carnaval do Recife, também publicou o livro “O folclore no carnaval do Recife”, no qual cita o maracatu. A antropóloga esteve no Recife entre os anos de 1961 e 1965 pesquisando as manifestações populares locais, ela catalogou os grupos de maracatus e já na década de 60 constatou o desaparecimento do folguedo.

Além dos relatos sobre o maracatu o livro de Katarina Real (1990) também faz o registro dos caboclinhos de Goiana, os bois, Ala ursa, entre tantos folguedos que compõem a riqueza do carnaval pernambucano. Não poderíamos deixar de relatar os doze tipos diferentes de agremiações carnavalescas catalogados pela antropóloga, são eles:

1- Clube de Frevo – grupo que sai à noite, com orquestra de fanfarra tocando frevo, com luxuosas fantasias e com estandartes ricamente bordados;

[3] Pesquisa essa desenvolvida pela pesquisadora Katarina Rela em 1967 em seu livro “O folclore no carnaval do Recife”.

2- Troça – conjunto que sai de dia com orquestra de fanfarra (frevo), menores e menos luxuosos do que o Clube de Frevo;

3- Bloco – grupo que sai à noite com orquestra de Pau e Corda, machas-de-bloco, as mulheres também puxam o cordão, também com ricas fantasias;

4- Clube de Alegoria e Crítica – grupo carnavalesco que se apresenta com carro alegóricos, gigantes de cabeção, com ricas fantasias (quase desaparecido no Recife na época da pesquisa de Katarina Real);

5- Escola de Samba – de origem carioca, grupo que sai de dia e de noite ao ritmo quente do samba do morro;

6- Maracatu Nação – cortejo régio representando uma nação africana e ligado culturalmente a coroação do Rei de Congo em séculos passados. Desfila com rei e rainha e figuras da corte, em trajes luxuosos de Luís XV, lideradas por porta-estandarte e dama-do-paço, conduzindo uma boneca de madeira preta, sob a violenta percussão de bombos, gonguês e tarol (baque-virado);

7- Maracatu Rural – agremiações dos engenhos pernambucanos, que sai com caboclos de lança, caboclos de pena, estandarte, damas de frente e cordão feminino liderado por uma dama conduzindo uma boneca de pano branco. Um mestre que entoa as músicas ao acompanhamento duma orquestra de percussão e sopro (baque solto);

8- Caboclinhos do Recife – dança dramática de índios, trajados por luxuosos cocares e tangas de pena de ema que dançam vigorosamente, atirando com arcos e flechas, com rei e rainha, dois cordões de guerreiros. Recitam loas elogiando a bravura dos índios na história pernambucana;

9- Tribo de Índios – grupo de índios de origem paraibana pintados de vermelho, que conduzem lanças e escudos e usam vistosos cocares de pena de garça branca e camisas com escudinho, com porta-pavilhão, pajé e um ou dois cordões. Dança dramática de vários atos, com coreografia complexa em que aparece o tema de morte e ressureição;

10- Urso de Carnaval – conjunto cujo a figura central são os ursos (homem trajando máscara de urso e macacão de estopa) e o domador, o caçador é geralmente acompanhado de balizas e cordão feminino;

11- Boi de Carnaval – conjunto de bichos do bumba-meu-boi, ou dos entremeios do reisado, que se desligam do auto do boi durante o carnaval para brincar de rua.

Geralmente saem boi, burra, ema, Mateus e outros palhaços com porta-estandarte, orquestra de gonguê, bombo, surdo, etc;

12- Turma – grupo de fantasias diversas, iguais e diferentes, de rapazes e moças, com ou sem máscaras, que brinca nas ruas ao ritmo de batucada ou de frevo durante o carnaval. As turmas de palhaços são as mais tradicionais.

Segundo Real (1967, p. 150), o total de agremiações carnavalescas que existiam no Recife e saiam durante o carnaval, no período 1961- 1965, foram os listados abaixo:

Quadro 1 - Agremiações carnavalescas

Clubes de frevo	11	Troças	62
Blocos	7	Escolas de Samba	40
Alegoria	2	Maracatus Nação	5
Maracatus Rurais	11	Caboclinhos do Recife	10
Tribos de índios	3	Ursos	18
Bois de Carnaval	6	Turmas	8
		Totalizando 186	

Fonte: REAL, (1967, p.150).

Torna-se oportuno transcrevermos a análise feita pela antropóloga do crescente número de agremiações do Maracatu Rural:

> Outro notável aspecto dos dados apresentados, é o alto número de agremiações de origem interioranas, da zona da mata ou dos estados vizinhos. Do ponto de vista puramente folclórico, isto quer dizer que o carnaval do Recife está sendo enriquecido por ondas contínuas de novas influências folclóricas de outras zonas, influências estas que estão modificando atualmente as extraordinárias riquezas carnavalescas já existentes na cidade. Tais influências estão produzindo **novos tipos de folguedos populares** no carnaval recifense. Alguns desses grupos de origem interiorana, os **Maracatus Rurais,** por exemplo enfrentam fortes barreiras de resistência, e mesmo falta de compreensão da cidade – porque ninguém sabe o que é; São de fato, a verdadeira dinâmica do folclore, exemplificada por excelência no carnaval do Recife e na riqueza dos seus folguedos populares, de fissão e fusão de elementos, traços, e estilos folclóricos ou culturais. Aliás, em alguns casos, o que parece ser uma descaracterização é na realidade evidência da própria forma duma tradição, em fase de evolução e crescimento. (REAL, 1967, p. 152, grifo da autora)

Percebemos que no ano da pesquisa de Katarina Real, ela observou cerca de 11 Maracatus rurais, hoje essa lista se estendeu para mais ou menos 96 maracatus registrados.

Quadro 02 - A relação do Maracatu Rural Pernambucano

Nazaré da Mata (Terra do Maracatu) | 19 maracatus
Maracatu Águia de Ouro de Nazaré
Maracatu Águia Misteriosa de Nazaré
Maracatu Cambinda Brasileira de Nazaré
Maracatu Cambinda Nova de Nazaré
Maracatu Coração Nazareno de Nazaré [feminino]
Maracatu Estrela Brilhante de Nazaré
Maracatu Leão Africano de Nazaré
Maracatu Leão Brasileirinho de Nazaré
Maracatu Leão Cultural de Nazaré
Maracatu Leão de Ouro de Nazaré
Maracatu Leão da Selva de Nazaré
Maracatu Leão dos Sem Terra de Nazaré
Leão Dourado
Maracatu Leão Faceiro de Nazaré
Maracatu Leão Formoso de Nazaré
Maracatu Leão Misterioso de Nazaré
Maracatu Leão Nazareno de Nazaré
Maracatu Piaba Dourada de Nazaré
Maracatu Sonho de Criança de Nazaré [mirim]
Aliança | 3 maracatus
Beija Flor
Estrela de Ouro
Leãozinho
Araçoiaba | 8 maracatus
Maracatu Águia de Ouro de Araçoiaba
Maracatu Cambindinha de Araçoiaba
Maracatu Leão Coroado de Araçoiaba
Maracatu Leão das Cordilheiras de Araçoiaba
Maracatu Leão de Ouro de Araçoiaba
Maracatu Leão do Norte de Araçoiaba
Maracatu Leão Faceiro de Araçoiaba
Maracatu Pinguim de Araçoiaba
Buenos Aires | 3 maracatus
Maracatu Estrela Dourada de Buenos Aires

Maracatu Leão Vencedor de Buenos Aires
Maracatu Leão Mimoso de Buenos Aires
Camaragibe | 1 maracatu
Maracatu Fonte de Aldeia
Carpina | 7 maracatus
Maracatu Cambindinha Dourada de Carpina
Maracatu Estrela Brilhante de Carpina
Maracatu Leão Brasileiro de Carpina
Maracatu Leão de Ouro de Carpina
Maracatu Leão Devorador da Floresta de Carpina
Maracatu Leão Vencedor de Carpina
Leão das Flores | 1 maracatu
Leãozinho das Flores
Chã de Alegria | 4 maracatus
Águia Misteriosa
Leão Coroado
Leão Vencedor
Pavão Dourado
Condado| 1 maracatu
Maracatu Leão de Ouro de Condado
Canaã | 1 maracatu
Maracatu Leão de Ouro de Canaã
Feira Nova| 1 maracatu
Maracatu Leão Formoso de Feira Nova
Ferreiros | 1 maracatu
Águia de Fogo
Glória de Goitá | 4 maracatus
Águia Dourada
Carneiro Manso
Leão do Norte
Maracatu das Cordilheiras
Goiana | 2 maracatu
Maracatu Leão da Fortaleza de Goiana
Maracatu Leão da Serra de Goiana
Itambé | 1 maracatu

Maracatu Leãozinho das Flores de Itambé
Lagoa do Carro | 1 maracatu
Maracatu Estrela da Tarde de Lagoa do Carro
Lagoa de Itaenga | 6 maracatus
Maracatu Leão Coroadinho de Lagoa de Itaenga
Maracatu Leão da Glota de Lagoa de Itaenga
Maracatu Leão da Serra de Lagoa de Itaenga
Maracatu Leão Teimoso de Lagoa de Itaenga
Maracatu Pavão Dourado Lagoa de Itaenga
Maracatu Leão da Floresta de Lagoa de Itaenga
Itaquitinga |1 maracatu
Maracatu Leão da Mata de Itaquitinga
Feira Nova | 1 maracatu
Maracatu Leão da Paz Feira Nova
Olinda | 3 maracatus
Águia de Ouro
Maracatu Leão Brasileiro de Olinda
Maracatu Leão da Mata Norte de Olinda
Paudalho | 6 maracatus
Cambinda Estrela
Leão Coroado
Leão de Campina
Leão do Norte
Leão Teimoso
Leão Vencedor
Recife | 2 maracatus
Cruzeiro do Forte
Leão da Serra
São Lourenço da Mata | 1 maracatu
Estrela da Tarde
Tracunhaém | 7 maracatus
Águia Formosa
Estrela
Leão Formoso
Leão Misterioso

Leão de Ouro
Pavão Dourado
Pavão Misterioso
Upatininga | 1 maracatu
Maracatu Pavão Misterioso de Upatinga
Vicência | 1 maracatu
Estrela Guia
Vitória de Santo Antão | 1 maracatu
Maracatu Leão da Vitória
Maracatu Pavão Dourado do Alto da Brasileira
Maracatu Leão Coroado de Afogados
Maracatu Leão da Serra do Alto da Brasileira

Fonte: REAL, (1967, p.150).

2.1 O Maracatu da Zona da Mata Norte Pernambucana

Figura 1 - Maracatu Rural



Fonte: Blog Moda nas nuvens, 2013[4].

Posso dizer que estudar o Maracatu Rural, ilustrado na Figura 1, foi um grande desafio para mim, primeiro pelo medo que eu tinha quando criança dessa dança, sempre quando via um caboclo de lança corria com medo da sua enorme lança e do barulho que ele fazia, e dos

[4] Disponível em: http://modanasnuvens.blogspot.com.br. Acesso em: 20 de março de 2013.

muitos mitos que cercavam este personagem. O outro desafio foi a dificuldade de encontrar fontes que colaborassem com o estudo, desde pouquíssimas bibliografias as mais recentes, inclusive os dados mais aprofundados da festa em si, suas tradições religiosas e a dança.

Apesar das dificuldades, convido a todos a entrar nesse maravilhoso mundo, o do Maracatu Rural da Zona da Mata Norte Pernambucana, e se encantar com suas cores, símbolos e dança, assim como eu me encantei. Vamos maracatuá?

A Zona da Mata teve esse nome atribuído devido a Mata Atlântica que cobria toda a área em meados do século XIX. Como Pernambuco era um grande produtor de cana-de-açúcar, aos poucos essa área começou a ser devastada. A Zona da Mata Norte é composta por dezessete municípios, são eles: Aliança, Buenos Aires, Camutanga, Carpina, Condado, Ferreiros, Goiana, Itambé, Itaquitinga, Lagoa do Carro, Lagoa do Itaenga, Macaparana, Nazaré da Mata, Paudalho, Timbaúba, Tracunhaém e Vicência.

A Zona da Mata pernambucana não poderia ficar fora do contexto de tanta beleza e variedade em cultura, cores e brilhos. Assim, outras brincadeiras são típicas dessa região, como a ciranda, o coco, o cavalo marinho e o pastoril “mostram com criatividade e beleza a percepção de mundo dos que a produzem, suas concepções e recriações de si mesmos e da estrutura social injusta na qual estão inseridos.” (ANDRADE, 1981, p. 44)

No Brasil, temos como base o calendário religioso, apesar do País ser considerado laico, logo, as festas de comemoração dos santos católicos fazem referência ao cotidiano do campo e também no meio rural, são eles o plantio, a colheita e a entressafra. A maioria dessas datas são ligadas as comemorações do Carnaval, São João, São Pedro, o Natal e dentre outros santos. Magnani (2002) nos lembra que os momentos de lazer do povo trabalhador se torna tão importante quanto as suas vivências cotidianas: “o tempo de lazer é chamado de tempo livre justamente porque nessas horas – apesar das limitações impostas pela pobreza – o trabalhador escolhe” (MAGNANI,2002, p. 15).

Se faz necessário entendermos a palavra maracatu e os seus vários significados, por meio de uma revisão na literatura, verificamos que palavra também faz referência à dança bonita e briga bonita. Mario de Andrade (1982) utiliza a palavra maracá para designar instrumento indígena; Guerra-Peixe (1980) utiliza catu – bonito; Gonçalves Fernandes (1984) traz a palavras maracatuá – Vamos debandar. Já para os brincantes, o maracatu é uma manifestação folclórica em que eles brincam e dançam ao som dos instrumentos de percussão, onde retratam uma realidade vivida no corte da cana-de-açúcar e nas festas em comunidade.

Hoje, quando falamos de Maracatu nos referimos ao folguedo pernambucano que se apresenta geralmente em tempos de Carnaval, com sua dança bonita, cheia de alegria, magia e colorido que encanta por onde passa.

2.2.1 O Maracatu Nação ou Baque Virado

Figura 02 - Maracatu Nação de Pernambuco



Fonte: Mirelle Nascimento, 2010[5].

Em Pernambuco existem dois tipos de manifestações culturais chamadas de maracatu: O Maracatu Rural, também conhecido como Maracatu de Baque Solto e o Maracatu Nação, ilustrado na Figura 2, também chamado de Maracatu de Baque Virado.

[5] NASCIMENTO, Mirelle. 2010. Disponível em: http://www.lurvely.com/photographer/48380979_N02/. Acesso em: 15 de junho de 2010.

O Maracatu Nação teve a sua origem nas festas de coroação dos Reis do Congo, por volta dos séculos XVII e XVIII. Segundo Esteves (2006), era uma forma de expressão cultural dos negros e uma espécie de controle dos senhores sobre os seus escravos.

Já o Maracatu Rural é uma manifestação da Zona da Mata Norte Pernambucana, que tem sua origem na união de vários folguedos do interior de Pernambuco, tais como: cavalo marinho, pastoril, caboclinhos, coco, Pai Mateus, cirandas, entre outras.

Podemos dizer que a diferença entre os dois maracatus está no tipo de percussão e de instrumentos utilizados por eles. Além claro, de fatores históricos e culturais. A semelhança entre eles está no fato deles desenvolverem rituais religiosos. No caso do Maracatu Rural eles utilizam rituais afro-indígenas e do próprio catolicismo.

Como na casa grande existia a presença dos senhores e senhoras de engenho, na senzala não poderia ser diferente, segundo o pesquisador Roberto Benjamin (2000) a base dessa manifestação seria a coroação de Nossa Senhora do Rosário, ocasião na qual, os escravos poderiam escolher seus “reis e rainhas das senzalas” como forma de participação da festa na realidade de escravos.

Logo depois do século XIX, houve uma separação da coroação dos negros da Festa de Nossa Senhora do Rosário, principalmente em virtude dos conflitos existentes entre os padres e os membros da irmandade. Logo, a coroação dos reis negros se transformou em Maracatu Nação ou Baque Virado, se desligando completamente dos festejos católico religioso, e passando a integrar o Carnaval pernambucano. (AMORIM; BENJAMIN, 2002, p.45)

A percussão tornou-se um dos símbolos do Maracatu, mas outros elementos como o bombo, tarê e a zabumba também conquistaram a simpatia de muitos. Conforme a pesquisadora Real (1967), o maracatu também utilizava as figuras de reis e rainhas, para homenagear a coroação de Nossa Senhora do Rosário. Guerra-Peixe (1980) chama atenção para a boneca preta de madeira no qual recebe o nome de Calunga, que passou a ser figura central dos cortejos, e tornou-se tão importante que o maracatu só sai na presença da Calunga, pois eles acreditam que a boneca tem o poder de livrá-los do mal olhado.

2.2.2 O Maracatu Rural ou Baque Solto

O primeiro registro sobre o Maracatu Rural ocorreu em 1934, e foi feito por Gilberto Freyre, em seu “Guia Prático e Sentimental da Cidade do Recife.” A antropóloga Katarina Real (1967, p. 83-95), aponta o início da década de 30 como sendo efetivamente a época em

que viram, pela primeira vez, “os espetaculares ‘caboclos-de-lança’ brincando pelas ruas do Recife, geralmente em grupos de dois.”

Nesse período, além da crise econômica que precedeu a Segunda Guerra Mundial e atingiu o Brasil como um todo, a Zona da Mata Pernambucana enfrentava a decadência, os trabalhadores rurais migraram em massa para a capital, trazendo consigo suas tradições. Guerra-Peixe (1980, p. 91) credita inclusive, a origem do Maracatu Rural ao confronto cultural gerado por esse movimento migratório, “os populares do interior juntaram-se aos recifenses, resultando, daí, os agrupamentos hoje conhecidos popularmente por Maracatu-de-Orquestra.”

Guerra-Peixe (1980, p. 98) descreve o folguedo como “a mistura ou fusão de elementos tomados dos antigos Maracatus do Recife, com os originados de localidades diversas do Estado de Pernambuco.”

Fruto do sincretismo entre as culturas africana e indígena, o Maracatu Rural é originário das senzalas dos engenhos de cana-de-açúcar, é brincadeira de mato, da roça, coisa que se vive há muito tempo, o divertimento que se tinha na época. Para a maioria dos brincantes o maracatu é de herança familiar, tradição de engenho, cultura e representações simbólicas.

O caboclo de lança é considerado o personagem principal do Maracatu Rural, vem sendo reproduzido como ícone da alma pernambucana, adquire foros de valores como: beleza, coragem, valentia, tradição, realeza, sendo também utilizado como ícone de campanhas políticas no Estado de Pernambuco.

De acordo com Silva (2005), o Maracatu Rural é uma brincadeira de origem indígena, formada no início do século XX, nos canaviais da Zona da Mata Norte de Pernambuco. Seus principais componentes são chamados caboclos, o mesmo termo utilizado para designar os descendentes dos índios na região Nordeste. Para Silva (2005, p. 22), o folguedo foi se formando aos poucos, tomando emprestado “um pouco de cada brinquedo que o povo conhecia: um cadinho de Reisado, um tanto de cavalo marinho, um outro tanto de Bumba-meu-Boi e outro de Caboclinho.”

Ao chegar no Recife, por volta da década de 30, o folguedo teria assumido também o nome e a influência do maracatu, manifestação popular típica da capital pernambucana. Para se diferenciar do maracatu da capital, o da zona rural foi intitulado de baque solto, posto que, o recifense é o de baque virado. Ficou conhecido também como Maracatu Moderno, uma vez que, os registros históricos do maracatu de Recife têm mais de duzentos anos e também foi nomeado rural, para marcar sua procedência diversa da do maracatu da capital.

Como dito anteriormente, o Maracatu Rural tem a sua origem nos engenhos e na cana-de-açúcar, onde os *brincantes*[6] trabalhavam no corte da cana. Segundo Medeiros (2005, p. 206), este ambiente era considerado violento por causa do coronelismo da época, o que de uma certa forma gerou contestação por parte dos trabalhadores rurais, que através da brincadeira do maracatu podiam imprimir as suas revoltas.

Os maracatus se apresentam no período do Carnaval, mas a preparação para as apresentações em todo o estado de Pernambuco começa em dezembro. Os ensaios são sempre em suas sedes, onde eles também confeccionam as fantasias daquele ano. Além de fazerem as reuniões em suas sedes eles aproveitam para chamar outros maracatus para as sambadas, ou seja, para os Mestres dos maracatus "afinar o improviso" nas noites de ensaios. (VICENTE, 2005).

Para entendermos melhor o Maracatu rural iremos lançar um olhar sobre os elementos que compõem esse grande espetáculo, são eles:

a) Caboclos de lança

Figura 3 - Caboclo de lança



Fonte: JC Imagem, 2011[7].

[6] Várias manifestações pernambucanas ligadas ao carnaval são assim chamadas e seus integrantes denominados de brincantes. (ASSIS, 1996)

[7] Disponível em: http://ne10.uol.com.br/canal/carnaval-2011/interior/noticia/2011/03/06/encontro-de-maracatus-carrega-tradicao-nesta-segunda-em-nazare-da-mata-259866.php. Acesso em: 18 de março de 2013.

> A simbologia do guerreiro está presente além da estética. O vocabulário utilizado para definir situações e momentos da evolução também transmite essa ideia. Durante as apresentações, os caboclos de lança abrem espaço para o maracatu evoluir. Posicionando-se e dois cordões que ladeiam todo o maracatu, separam o espaço sagrado do profano. Estes cordões são chamados de trincheira e cada um dos caboclos que fica na posição de "puxar" o cordão, chama-se boca de trincheira. É bastante significativo que guerreiros prontos para o combate de lança em punho, estejam na trincheira (ASSIS, 1996, p. 29).

O caboclo de lança, apresentado na Figura 3, é o principal personagem do Maracatu Rural, é considerado um guerreiro e símbolo do carnaval pernambucano. A indumentária do caboclo de lança é algo a ser destacado e admirado. Tem uma profusão de cores, pesando cerca de 30 a 40 Kg, incluindo a vasta cabeleira, a lança e os chocalhos. Ela se compõe de:

- Ceroulão - calça de chitão com elástico nas pernas;
- Fofa - calça frouxa com franja que fica em cima do ceroulão;
- Meião - meia comprida, presa à perna com liga de elástico;
- Camisa de mangas compridas de cores vivas;
- Surrão - uma armação de madeira coberta de lã de cor viva, amarrada nas costas que ergue os ombros e possui uma bolsa confeccionada de pelúcia sintética, onde são presos cerca de cinco chocalhos;
- Chocalhos - provocam um barulho agressivo que vibram num compasso forte quando os caboclos se movimentam, os chocalhos ficam presos no surrão;
- Gola - colocada em cima do surrão, parece uma grande túnica que vai até a altura dos joelhos. A gola tem grande destaque e representa o maior orgulho e vaidade do caboclo de lança. É confeccionada pelos próprios caboclos, forrado com popelina e bordada com miçangas, vidrilhos, lantejoulas e canutilhos de diversas cores;
- Lenço - colorido amarrado na cabeleira;
- Cabeleira - é enorme, formada por tiras bem finas de papel celofane ou laminado bem coloridas;
- Os caboclos de lança pintam o rosto com uma tinta preta ou vermelha, para se proteger do mal, usam um galho de arruda atrás da orelha e um cravo branco ou uma rosa na boca. Com isso, buscam manter o corpo fechado contra as adversidades, porque foi calçado pela força da Jurema[8]. Usam sapatos do tipo tênis

[8] A Jurema é uma planta, uma árvore sagrada cujo o objetivo é curar os doentes e libertar os possessos. Comumente utilizada no candomblé, no xangô e na umbanda.

para se movimentar melhor, realizar longas caminhadas enfrentando o sol fervente, segurando um peso que pode chegar de 30 até 40 Kg.

A dança dos caboclos de lança é um espetáculo à parte, quando de sua apresentação: a coreografia tem um ritual frenético, eles correm de um lado para o outro, agitam suas lanças e executam manobras chamadas de “caídas”.

> A lança, segura com as duas mãos, ‘brinca’ para o alto, para baixo e para os lados, afastando as multidões, enquanto o caboclo vem correndo, saltando e dançando [...] a cabeleira de tiras de celofane ou papel crepom multicolorida se abaixa e se levanta. (REAL, ano apud SOUTO MAIOR, 1991, p. 286)

b) Caboclos de Pena

Figura 4 - Caboclo de pena



Fonte: Carnaval Uol, 2011[9]

Os caboclos de pena, mostrado na Figura 4, têm um significado para o maracatu que quer dizer, “que tira o mal”, sua principal característica é um chapéu de pena de pavão assemelhando-se com uma coroa, que por sinal é belíssima. Também utilizam arco e flecha enfeitados de fitas, e alguns usam o cravo na boca.

c) A dama do Paço

Figura 5 - Dama do Paço



Fonte: Victor Herege, 2007[10]

[9] Disponível em: http://carnaval.uol.com.br/2011/album/encontro_maracatus_rurais_0703_album.htm. . Acesso em: 20 de março de 2013.

[10] HEREGE, Victor. 2007. Disponível em: http://carnaval.uol.com.br/2011/album/encontro_maracatus_rurais_0703_album.htm. Acesso em: 20 de março de 2013.

A Dama do Paço, como ilustra a Figura 5, é responsável por cuidar da Calunga (boneca negra) e também defende o maracatu ao qual pertence de maus olhados. Suas vestimentas são sempre vestidos longos e armados com arames e a sua roupa sempre combina com a da boneca.

d) As Baianas

Antigamente no Maracatu Rural eram os homens que se vestiam de mulheres, pelo fato do maracatu ser brincadeira de homem. Assim, quando as baianas entraram no maracatu com a corte, sempre eram homens vestidos de mulher. Hoje são as mulheres que se vestem de baiana.

e) A Corte Real

Antigamente não existia o cortejo real, mas para se adequarem à Federação Carnavalesca do Recife, tiverem que colocar Reis e Rainhas no seu cortejo. O Maracatu Rural tem como personagens o rei, a rainha, a porta bandeira também chamada de baliza, a dama do paço, o Mateus, a Catirina, trazidos do Cavalo-marinho, a burra e o caçador, as portas-buquê, as baianas, a boneca Aurora, os caboclos de pena, que carregam na cabeça penas de pavão, menino da sombrinha e por fim o personagem principal: o caboclo de lança.

f) As loas

As loas são versos que se assemelham com o do aboio e o repente. É considerado uma improvisação nas músicas que os metres do maracatu puxam.

g) As Toadas

Samba de Matuto é assim que chamam a música do Maracatu Rural. As loas possibilitam que os mestres imprimam a sua marca pessoal nas toadas, conquistando assim o respeito dos demais.

h) A orquestra

Também chamada de Terno, a orquestra do maracatu possui três instrumentos: o gonguê, a porca e o bombo. Hoje eles também são chamados de orquestra por terem adicionado mais instrumentos, tais como: trombone, trompete, surdo, clarinete, o saxofone e o ganzá.

i) As Sambadas

As sambadas são caracterizadas como o desafio entre os mestres que improvisam suas rimas. Pode ser um samba em quatro em sei ou até em dez, um samba longo ou curto, sendo as baianas que respondem aos versos dos seus mestres. (VICENTE, 2005)

Não poderíamos deixar de falar dos aspectos sagrados que compõem este maracatu. Muitos pesquisadores dizem que a brincadeira tem relação com as religiões afro-brasileiras com influências indígenas. Um exemplo seria o catimbó culto sincrético que une elementos dos rituais indígenas e católicos.

Entre os mais variados rituais do Maracatu Rural, está o da purificação e a preparação dos caboclos. O cravo que para eles tem um intuito de fechar o corpo. No sábado antes de se apresentarem eles tomam o que chamam de azougue, que seria a mistura de aguardente, azeite, pólvora e limão, esta bebida ajuda a inibir o peso que tem as fantasias dos caboclos de lança.

Assim, se constitui o Maracatu Rural, carregado de significados e simbolismos que expressam o folguedo, contrataste entre o sagrado e o profano, além de por em prática o seu cotidiano como sendo um grupo cultural.

3 O ATIVISTA MIDIÁTICO PRESENTE NO MARACATU RURAL

O ativista midiático do sistema folkcomunicacional, aqui estudado, é o que opera nos espaços urbanos[11], representado pelo Maracatu Rural. Consideramos como encadeador de transformações culturais no seu ambiente de vivência, de aprendizado que potencializa os seus produtos culturais nos meios de comunicação. O ativista midiático age motivado pelos seus interesses e do grupo social ao qual pertence na formatação das práticas simbólicas e materiais das culturas tradicionais e modernas para o uso da vida cotidiana. (TRIGUEIRO, 2008)

O ativista midiático apresentado por Luiz Beltrão ainda permanece, são personagens detentores de diversos conhecimentos, e é através deles que se consegue inserir os seus produtos culturais na mídia. No Maracatu Rural Estrela de Ouro de Aliança mostraremos as ações destes ativistas midiáticos.

3.1 Maracatu Estrela de Ouro de Aliança

Figura 06 - Maracatu Estrela de Ouro



Fonte: Associação Reviva, 2013[12].

O Maracatu Estrela de Ouro, apresentado na Figura 6, foi fundado pelo Mestre Batista (Severino Lourenço da Silva) no dia primeiro de janeiro de 1966, no sítio Chã de Camará na

[11] Transição do campo e a cidade.

[12] Associação Reviva, 2013. Disponível em: http://associacaoreviva.org.br/site/archives/121. Acesso em: 12 de junho de 2013.

Zona Rural da cidade de Aliança, que fica Localizada na Zona da Mata do estado de Pernambuco, limitando-se a norte com Itambé, a sul com Nazaré da Mata, a leste com Condado e a oeste com Timbaúba. A área municipal ocupa 266,46 km² e representa 0,27 % do Estado de Pernambuco.[13]

Nesse sítio havia plantações de cana- de- açúcar que era produzida e fornecida para os engenhos da região. Ao redor da "casa grande" tinha outras casinhas, parecidas com uma vila, onde morava os trabalhadores do Chã de Camará.

Mestre Batista antes mesmo de brincar no maracatu, brincava mesmo era de cavalo marinho, que tem como principais personagens Mateus e Bastião, que lutam pelo amor da bela Catirina. A teatralização é comandada pelo capitão, chamado de Marinho, nome dado à brincadeira. O capitão chega montado em seu cavalo e ao todo são mais ou menos 75 personagens representando as figuras: humana e animal. Até hoje essa brincadeira tem presença no Sitio Chã de Camará e foi "a menina dos olhos" de Mestre Batista.

Entre os personagens mais participativos do cavalo marinho estão os galantes e as damas, o capitão, considerado o dono da terra, o Soldado, o caboclo e o boi. Ao todo são seis os galantes e as damas são duas.

A brincadeira antigamente, só contava com a presença masculina, muitos deles se vestiam de mulher para brincar o folguedo. Hoje, a realidade é outra, as mulheres assumiram os seus papeis e brincam o cavalo marinho e ainda fazem parte da orquestra. Ao observar a brincadeira percebemos algumas palavras típicas da região da zona rural, como a "sambada" que quer dizer, festa ou dança; "barrer" que significa varrer; "rear", ir embora e "vagem" que é o local onde o boi é amarrado para comer.

Não só os trabalhadores do Sítio brincavam com o mestre Batista, muitos dos atuais donos de maracatus brincavam com o Mestre: Mestre Grimário, Biu Roque, Mariano Teles e Antonio Teles dentre outros. O mestre era respeitado por toda a região pelo seu caráter, pela forma que tratava os trabalhadores e pessoas simples, além de ser admirado por todos pela sua dedicação ao folguedo, apesar de ter sido um homem muito rígido.

Em 1991, morre o Mestre Batista, e o Maracatu Estrela de Ouro sai do Sitio Chã Camará e fica sob a responsabilidade de Ramiro, por dois anos. Logo depois, voltou às mãos da família representada pelo filho de Batista, Zé Lourenço.

[13] IBGE - http://www.ibge.gov.br/home/ . Acesso em: 05 de agosto de 2013.

Zé Lourenço além de administrar o Maracatu Estrela de Ouro e o cavalo marinho, também criou o Coco Popular de Aliança e a Ciranda de Rosas de Ouro, como relata o site[14] do Maracatu.

> Nesse local, o Mestre Batista criou o Cavalo-Marinho e o Maracatu Estrela de Ouro e, depois, José Lourenço, seu filho, criou o Coco Popular de Aliança e a Ciranda Rosas de Ouro.[15]

Foi na década de oitenta que o Estrela de Ouro passou a se apresentar nos desfiles oficiais promovidos pela prefeitura do Recife durante o carnaval. E a partir de 1985, quando entrou no carnaval elite do Recife ganhou cinco vezes consecutivas em todas as categorias em que disputou.

Em meados da última década do século XX os maracatus rurais dominaram o cenário pernambucano, como fonte de uma nova simbologia, uma nova representação que mostrava dos caboclos dos mangues até as casas dos povos pernambucanos através das emissoras de TV.

A África Produções dirigida por Afonso de Oliveira promoveu no Festival de Inverno de Garanhuns em 1998, um encontro de maracatus com mais de seis grupos, dando visibilidade à cultura da Zona da Mata Norte Pernambucana e tornando o Estrela de Ouro, ilustrado na Figura 7, conhecido dentro do estado.

Figura 7 - Apresentação do Estrela de ouro

[14] http://www.estreladeouro.org/index.php

[15] http://www.estreladeouro.org/index.php



Fonte: O nordeste, 2013.[16]

Em julho de 2005 o Maracatu Estrela de Ouro torna-se Ponto de Cultura[17], o que resultou em muitas melhorias para dentro do maracatu, como implantação da biblioteca Mestre Batista, da sala de informática, como também de uma sala de aula.

Antes mesmo de tornar-se Ponto de Cultura o maracatu já fazia algumas viagens, mas depois da instituição do Ponto, ele começou a viajar e fazer parte do cenário midiático nacional e internacional.

O Maracatu Estrela de Ouro foi à França na cidade de Sarrant, em 2006, para se apresentar no 21º Festival de Danças e Músicas do Mundo. E mostrar ao mundo o ritmo frenético do maracatu e de seus caboclos de lança. Além de mostrar a sua dança, o grupo também ministrou oficinas.

Depois desse reconhecimento por parte do Ministério da Cultura, o Estrela de Ouro abriu as suas portas para a comunidade com apresentações mensais de coco, de ciranda, de

---

[16] Disponível em: http://onordeste.com/onordeste/enciclopediaNordeste/index.php?titulo=Maracatu+Estrela+de+Ouro,+Alian%C3%A7a,+Pernambuco&ltr=m&id_perso=2843. Acesso em: 05 de agosto de 2013.

[17] São projetos financiados e apoiados institucionalmente pelo Ministério da Cultura do Brasil (MinC) e implementados por entidades governamentais ou não-governamentais, que visam o a realização de ações de impacto sociocultural nas comunidades

maracatu e de cavalo marinho, além de receber outros mestres de maracatu, bandas regionais e artistas locais.

No ano de 2007, o Sitio Chã de Camará entrou no projeto Restruturação e Implantação da Rota Engenhos e Maracatus do PROMATTA[18]", transformando, assim, a Zona da Mata em um destino turístico consolidado no estado de Pernambuco.

> No sítio Chã de Camará, onde está o Ponto de Cultura Estrela de Ouro, o ambiente carrega uma importante história da cultura popular. Os mestres do Maracatu, dos Caboclos, do Cavalo- Marinho, da Ciranda e do Coco estão recebendo R$ 190,00 por uma apresentação realizada mensalmente no próprio sítio e também receberão cachê para realizar as oficinas, melhorando ainda mais os recursos para cada família. Uma bolsa do Ministério do Trabalho irá contemplar, com R$ 150,00, quarenta moradores da região, participantes dos grupos culturais, entre os 16 e 24 anos de idade. É importante salientar que a comunidade de Chã de Camará está mobilizada, no sentido de transformar a realidade em que vivem. Foram eles que entraram com grande parte da mão de obra na reforma da casa-sede e têm participado de todas as reuniões de trabalho.[19]

Em seu livro, Afonso de Oliveira, comenta a participação do Maracatu Estrela de ouro, em 2007, no teatro Nelson Rodrigues no Rio de Janeiro.

> Uma pequena revolução cultural está acontecendo na Zona da Mata de Pernambuco, que vai crescer muito ainda, pois está começando agora. O filme Baixio das Bestas, de Cláudio Assis; a Banda Ticuqueiros, O Festival Canavial, O Festival Tipóia e o Ponto de Cultura Estrela de Ouro e seus grupos são reflexos deste movimento. Primeiro foi o Mangue, depois veio o Sertão. Agora, as luzes se voltam para a Zona da Mata. (OLIVEIRA, 2010, p.38)

Atualmente, o Maracatu Estrela de Ouro conta com mais ou menos 40 caboclos de lança que são chefiados pelo Mestre Luiz Caboclo, apresentado na Figura 8. O Mestre Zé Duda, exibido na Figura 9, é conhecido como "peito de aço" e lidera a orquestra do folguedo.

---

[18] Programa de apoio ao desenvolvimento sustentável da Zona da Mata Pernambucana.

[19] Disponível: <http://www.promata.pe.gov.br/internas/turismo/rotas.asp>. Acesso em: 24 de setembro de 2013.

Figura 8- Mestre Luiz Caboclo



Fonte: O nordeste, 2013[20]

Figura 9 - Mestre Duda



Fonte: O nordeste, 2013[21]

Considerados como símbolo do carnaval de Pernambuco, os caboclos são guerreiros ricamente vestidos com golas bordadas, chapéus e lanças enfeitadas, cruzando longas distâncias no interior do Nordeste. As golas, ornadas de lantejoulas coloridas, na maioria das vezes, são feitas pelos próprios caboclos e brincantes do maracatu. Por debaixo da fantasia,

[20] Disponível em: http://onordeste.com/onordeste/enciclopediaNordeste/index.php?titulo=Maracatu+Estrela+de+Ouro,+Alian%C3%A7a,+Pernambuco&ltr=m&id_perso=2843. Acesso em: 05 de agosto de 2013.

[21] Disponível em: http://onordeste.com/onordeste/enciclopediaNordeste/index.php?titulo=Maracatu+Estrela+de+Ouro,+Alian%C3%A7a,+Pernambuco&ltr=m&id_perso=2843. Acesso em: 05 de agosto de 2013.

rostos queimados do sol dos canaviais. Não se trata do cenário de um campo de batalha, mas de uma manifestação característica da Zona da Mata.

A capital do maracatu: Nazaré da Mata está localizada à 65 km do Recife. O município pernambucano sedia, na segunda e terça-feira de Carnaval, o maior encontro de maracatu do estado. Só da cidade, são mais de 22 grupos que reúnem pessoas de todas as idades, em sua maioria trabalhadores rurais e cortadores de cana. Entre os grupos, está o Estrela de Ouro que integra o grupo especial do Carnaval do Recife.

Toda a indumentária tem um significado ligado ao caráter fortemente religioso do Maracatu Rural, de homenagem aos orixás. O cortejo é cercado de simbologias, e muitos caboclos desfilam sob efeito de uma bebida à base de limão, aguardente, azeite e pólvora. Por isso, a manifestação sofreu preconceitos ao chegar no contexto urbano. Muitos grupos foram incentivados a se tornarem de Baque Virado. Além disso, até certo tempo havia também receio de que o festejo terminasse em violência. Hoje é a manifestação do Carnaval, apenas fantasia, alegria e beleza.

O Maracatu Estrela de Ouro é formado em sua maioria por trabalhadores rurais (cortadores de cana) que durante a brincadeira trocam suas enxadas e foices por suas lanças. Alguns brincantes relatam que algumas batalhas entre as agremiações ocorriam de verdade e quando não matava, feria gravemente o guerreiro. As músicas retratavam essas brigas. Felizmente hoje a batalha é fictícia, retrata simbolicamente a vida ou a morte.

3.2 O Ponto de Cultura Estrela de Ouro

O projeto Ponto de Cultura Estrela de Ouro de Aliança – PE foi criado por meio da parceria do programa Cultura Viva do Ministério da Cultura com o Governo do Estado de Pernambuco – FUNCULTURA[22]. O Ponto também conta com o apoio do PROMATA e a da Prefeitura Municipal de Aliança.

Localizado na Rodovia PE – 62, no sítio Chã de Camará, o Ponto de Cultura Estrela de Ouro é um ambiente que carrega uma importante história da cultura popular. Grande parte dos recursos até agora obtidos, está sendo destinados para a melhoria de vida dos moradores do sítio Chã de Camará. Pela primeira vez em mais de 30 anos, os principais componentes dos grupos estão discutindo a destinação dos recursos, as melhorias de instrumentos, figurinos e a produção geral de suas apresentações. Os mestres do maracatu, dos caboclos, do cavalo

[22] O termo significa Fundo Pernambucano de Incentivo à Cultura.

marinho, da ciranda e do Coco estão recebendo cachê, além de receber ajuda do Ministério do Trabalho, que no total beneficia mais de quarenta moradores da região.

No convívio, com os brincantes do sitio Chã de Camará, percebemos a disponibilidade e a força de vontade de tentar mudar a realidade da comunidade em que vivem. Desta forma, entraram com a mão de obra e a força para fazer a reforma que a casa e o centro, precisavam naquele momento. Muitos membros da comunidade participaram efetivamente das reuniões para designar as tarefas de cada um, todos lutavam por um único objetivo: o Ponto de Cultura Estrela de Ouro.

O Ponto de Cultura Estrela de Ouro já recebeu os seguintes prêmios, segundo Afonso Oliveira (2012, informação verbal)[23]:

- Prêmio Asas – 2004 e 2009, pelo conjunto de projetos desenvolvidos pelo Ponto de Cultura;
- Prêmio Ponto de Mídia Livre – pela produção do programa canavial nas cidades de Nazaré da Mata, Goiana, Vicência e Carpina;
- Prêmio Ponto de Leitura – recebido pela criação da biblioteca Mestre Batista na sede do Ponto de Cultura e pelo projeto leitura no Ponto;
- Prêmio Ponto de Valor – prêmio recebido devido ao Ponto de Cultura Estrela de Ouro (PCEO) ter apresentado soluções para os problemas sociais;
- Prêmio Histórias de Ponto – Pela história do jovem Ederlan Fábio, que se formou no PCEO hoje é um grande produtor cultural;
- Prêmio Culturas Populares – Prêmio concedido ao Maracatu Estrela de Ouro por sua história e trajetória;
- Prêmio Areté Cultura Viva – por executar o projeto Caminhos do Canavial que levou o fomento à leitura para engenhos e distritos da Zona da Mata Pernambucana;
- Prêmio Interação Estética – 2008 e 2009, que premia pela produção da trilogia Maracatu Atômico: CD Kaosnavial, documentário Maracatu Kasnavial e livro Maracatu Atômico Kasnavial, com a participação de Mestre Zé Duda, Jorge Mautner, Nelson Jaconina e Afonjah;
- Prêmio Ação Griô – Recebido para os mestres do PCEO, por ministrarem aulas espetáculos nas escolas do município de Aliança e na sede do Ponto;
- Prêmio Ação Agente Cultura Viva – Prêmio para os quatros jovens do PCEO que desenvolveram trabalhos no projeto Ponto de Leitura.

[23] Entrevista concedida por José Afonso. João Pessoa (PB), 23 de novembro de 2012.

Todos esses prêmios foram concedidos pelo Ministério da Cultura e cada um deles é fruto de um projeto realizado pelo PCEO na Zona da Mata Pernambucana.

Pelo edital do FUNCULTURA – Fundo de Cultura Pernambucana, o PCEO teve os seguintes projetos aprovados:

- Usina cultural Estrela de Ouro;
- Festival Canavial;
- Maracatu Rural na França;
- Livro: Estrela de Ouro – A saga de uma tradição;
- Leitura no Ponto.

Em 2006, o Ponto de Cultura Estrela de Ouro se apresentou nas cidades de Murat, Grandrier e Paris, na França. Além do Maracatu Estrela de Ouro também se apresentaram nas cidades francesas a Ciranda Rosa de Ouro e o Cavalo-Marinho do Mestre Batista, ficando conhecido como o primeiro Ponto de Cultura a levar sua brincadeira à Europa. Porém a viagem não teve o apoio do Ministério da Cultura, pois alegava que não estava de acordo com o programa Cultura Viva. Por outro lado, conseguiram uma ajuda do Funcultura – Fundo Estadual de Cultura de Pernambuco, da pesquisadora Laure Garrabé na França e Afonso Oliveira e José Lourenço no Brasil.

Em 2006, depois que a antropóloga Laure Garrabé fez a sua pesquisa sobre O Estrela de Ouro, perguntou a Zé Lourenço como poderia retribuir o acolhimento nas suas pesquisas, e Zé Lourenço pediu que ela os levassem à França, visto que, o pai dele teve a oportunidade de ir, mas devido a doença não pôde. Na época, quem se apresentou na França, neste mesmo festival, foi o Maracatu Nação Elefante do Recife. E anos depois, foi a vez do Maracatu Rural ir à Europa se apresentar na cidade de Murat, onde passou 16 dias.

O Mestre Zé Duda, fala da importância da viagem à Europa e da conquista que não foi apenas para o grupo, mas, para toda a comunidade do Sítio Chã de Camará.

> Foi um grande prazer passear num mundo daqueles, ser abraçado e reconhecido por todos. Foi um sonho realizado, porque muita gente até hoje na minha cidade não acredita que eu estive em Paris. Emociona-se Zé Duda. Para o presidente do Ponto de Cultura, José Lourenço, é também a concretização de um sonho que teve início no ano de 1990 quando o Maracatu Estrela de Ouro foi convidado para apresentar-se na França, na cidade de Nantes e devido a doença do saudoso Mestre Batista, criador do Maracatu Estrela de Ouro em 1966, não pôde fazer a viagem. Mesmo assim, com o passar do tempo apareceram diversas oportunidades, inclusive com a filmagem do canal F3 e, agora, mesmo depois de todo esse tempo somos o

> primeiro maracatu rural ou de baque solto a chegar à Europa. Comemora Lourenço. Para Mestre Biu do Coco, a viagem à França foi um sonho que eu realizei na vida que jamais eu imaginei e teve grande importância para o Coco Popular de Aliança ele ficou mais famoso e ganhou mais espaço, porque conheceu novas terras. Agora o sonho é gravar meu CD no estúdio do Ponto de Cultura. Fala o mestre.[24]

O Ponto de Cultura realizou sua primeira turnê internacional, participaram do Festival Rural na cidade de Murat, além de vários encontros nas comunidades rurais. Já em Grandrier foi organizada uma apresentação apenas para os grupos do Ponto de Cultura Estrela de Ouro, em Paris o grupo realizou um *workshop* de bastante sucesso e à noite uma apresentação numa casa de espetáculos com a presença de franceses e brasileiros.

3.3 Os Ativistas Midiáticos no Estrela de Ouro de Aliança

Na pesquisa que realizamos durante quase 24 meses, observamos alguns ativistas midiáticos, no contexto folkcomunicacional, porém, quatro deles nos chamaram atenção, são eles: Zé Lourenço, Mestre Duda, Mestre Luiz Caboclo e Afonso de Oliveira. Mas, antes de falarmos desses atores sociais e da sua importância para o Estrela de Ouro, falaremos do Mestre de todos esses mestres, o Mestre Batista, o fundador do Maracatu Estrela de Ouro, que levou a sua tradição e a difundiu por todos os lados do canavial da Zona da Mata Norte de Pernambuco.

O Mestre Batista iniciou no sítio Chã de Camará a produção cultural com o cavalo marinho, contudo a sua grande paixão era o Maracatu Rural. Trabalhadores no corte da cana-de-açúcar nos engenhos e nas usinas aproveitaram-se da brincadeira de cambindas[25] para recriar o cotidiano vivido pelos indígenas desde o início da colonização, saiam dos canaviais para os povoados, vilarejos e as pequenas cidades da região.

Foi então que, surgiu a necessidade de se ter um mestre cantor para louvar as conquistas e as bravuras dos guerreiros. Assim, foram surgindo os mestres desta brincadeira, cada um com uma função específica, o que torna a apresentação do Maracatu Rural cada vez mais rica. Antes, a presença do caboclo de lança no maracatu provocava temor, por muitas vezes, houve brigas quando havia o encontro de dois maracatus. Mas, por volta dos anos setenta, o teor da violência havia acabado.

---

[24] Texto retirado do site do Maracatu Estrela de Ouro. Disponível em: <http://www.estreladeouro.org>. Acesso em: 20 de setembro de 2013.

[25] Homens que se vestiam de mulheres durante o carnaval.

De certa forma, a mãe do Mestre Batista não queria ver o filho brincando de maracatu, pois, tinha medo da violência que rodeava o folguedo. Na época, a brincadeira era tipicamente masculina, não permitindo a presença de mulheres. Em 1966, depois da morte de sua mãe, o Mestre Batista fundou o Maracatu Estrela de Ouro no engenho Chã de Camará.

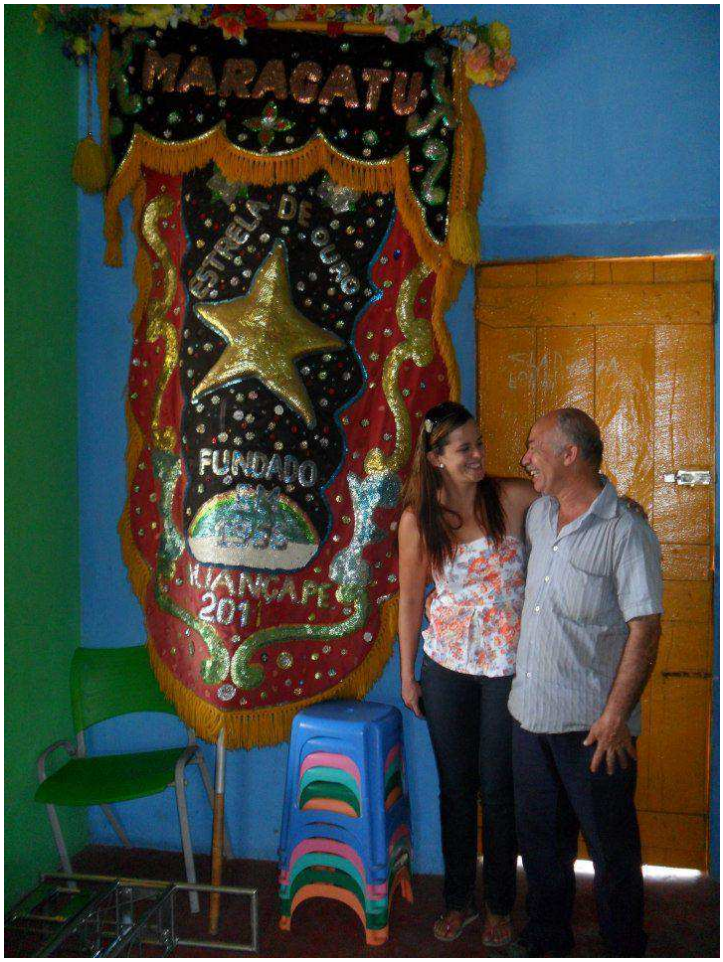
Em 1991, ano da morte do Mestre Batista, o maracatu foi transferido para o Sitio Chã de Esconso, onde ficou por volta de dois anos, aos cuidados de Ramiro, amigo do Mestre Batista e Caboclo do Leão de Biu Alexandre. José Lourenço, filho de Mestre Batista resolve cuidar e administrar o maracatu. Nesta nova fase, o Estrela de Ouro foi reconhecido pelo Ministério da Cultura, em julho 2005 foi transformado em Ponto de Cultura. Outras mudanças ocorreram no Estrela de Ouro, como a criação da Sala de informática, da Biblioteca Mestre Batista e o Estúdio de gravação, administrado pelo Mestre Zé Duda.

3.3.1 O filho do dono, Zé Lourenço

A Figura 10 mostra Severino Lourenço da Silva (Mestre Batista), que casou-se com Sebastiana Maria da Silva, que por sua vez, foi criada pelo seu tio José Pereira, o dono do Sítio Chã de Camará, sede do Estrela de Ouro. O casal teve quatro filhos: Severina, José Lourenço, Manoel Lourenço e João Paulo. Depois da morte do tio de Severina a família se mudou para o Sítio Chá de Camará, onde tiravam o seu sustento do corte da cana, cultivo do inhame, macaxeira, jaca, bananeiras e da produção de mel de abelhas.

Após a morte do Mestre Batista em 1992, o Maracatu Estrela de Ouro ficou sob os cuidados de Ramiro José da Silva, Mestre de Caboclo do Leão de Biu Alexandre.

Figura 10 - Zé Lourenço filho de Mestre Batista



Fonte: Autoria própria, 2012.

> Por três anos o Maracatu Estrela de Ouro ficou perdido, perdeu em patrimônios, porque as fantasias dos caboclos sumiram, não se tinha amor pela brincadeira. Era preciso que alguém da família retomasse o maracatu e o trouxesse de volta pra casa, pro Chã de Camará. Aí foi que "Mané Chico" mais "Ivo" vieram falar comigo para que eu retomasse a tradição da família, dizia que só um filho poderia devolver a vida ao Maracatu Estrela de Ouro. (ZÉ LOURENÇO, informação verbal)[26]

Zé Lourenço, que aparece na Figura 10, teve que abandonar seu emprego no Recife para se dedicar inteiramente ao maracatu e às apresentações no Carnaval do Recife. Inclusive, utilizou parte da sua indenização na preparação das fantasias para o Carnaval de 1997, ano que voltou a ser campeão dos maracatus.

Atualmente, podemos dizer que Zé Lourenço trabalha como um produtor cultural do Estrela de Ouro, pois além de articular projetos e eventos para a manifestação, ele é um homem articulador, que contribui de forma significativa para que os problemas sociais da

[26] Informações coletadas em entrevista com Zé Lourenço, dono do Maracatu Estrela de Ouro, realizada em fevereiro de 2012.

comunidade sejam superados, e que se tenha uma melhora na condição de vida de cada brincante.

Além de ter um papel social, voltado para os membros do maracatu e do Ponto de Cultura, Zé Lourenço é considerado um produtor cultural exercendo também um papel político, trabalhando nos campos da comunicação, da mídia, da educação e principalmente na estratégia de desenvolvimento do grupo.

> Eu acredito que seja um desafio do dia a dia sabe, tanto na elaboração dos projetos, nas oficinas no ponto, nas palestras em sala de aula, nas rodas de conversas, na preparação do Carnaval, aqui na comunidade com os brincantes. Minha família, você sabe, não me apoia, minhas filhas e minha esposa é contra, e toda vez que invisto e luto por tudo isso aqui é uma briga na família. Mas, isso aqui também é minha vida, eu gosto de tudo isso aqui. (ZÉ LOURENÇO, informação verbal)[27]

O líder folkcomunicacional, ou seja, o ativista, nem sempre são autoridades reconhecidas, porém possuem carisma e alcançam posições importantes dentro da comunidade que pertence. (TRIGUEIRO, 2008). É o caso do nosso Ativista midiático, Zé Lourenço, que também pode ser considerado um ativista social, pois além de divulgar o grupo e o Ponto de Cultura nos meios de comunicação, ele também se preocupa com o social, em ajudar a comunidade do Sitio Chã de Camará, com projetos, oficinas e incluir o Ponto de Cultura Estrela de Ouro nas políticas públicas, com o objetivo específico de propagar e orientar a opinião pública, buscando o bem comum.

O filho do Mestre Batista que atua como intermediador entre os meios de comunicação e os grupos sociais, é classificado por Luiz Beltrão (1980) e depois por Osvaldo Trigueiro (2008) como sendo um ativista midiático ou comunicador folk. Diferente do sujeito ativo, aquele que participa das discussões, critica, sugere e questiona, o sujeito ativista não somente atua como sujeito ativo, bem como organiza e planeja a participação dos outros nas discussões.

> Nesse novo espaço se reconhece a importância dos ativistas midiáticos dos sistemas folkcomunicacionais que atuam nos movimentos participativos da cidadania, como agentes comunicadores vinculados aos movimentos culturais que utilizam estratégias, que legitimam a sua participação como cidadãos conscientes do seu papel na organização da sociedade civil. Esses atores sociais operam dispositivos de comunicação das redes de cooperação e solidariedade entre pessoas, grupos e comunidades de convivência,

[27] Informações coletadas em entrevista com Zé Lourenço, dono do Maracatu Estrela de Ouro, realizada em fevereiro de 2012.

> próximos uns dos outros, e que estão vinculados por laços de parentesco, pela vizinhança, história de vida, encontrando na rede de solidariedade uma alternativa de sobrevivência social. (TRIGUEIRO, 2008, p. 10).

3.3.2 O dono dos versos, Mestre Zé Duda

A Figura 11 apresenta o Mestre Zé Duda durante o Carnaval 2013, considerado uma das mais belas vozes do maracatu, “o Peito de Aço”, como é conhecido, é uma das lideranças do Maracatu Estrela de Ouro.

Figura 11 - Mestre Duda no Carnaval 2013



Fonte: Pesquisadora, 2013.

Desde que os maracatus começaram a se apresentar nos engenhos, nos povoados e finalmente, nas cidades, a poesia foi acompanhando a invenção da orquestra do maracatu, especialmente, o terno, e assim, surge o Mestre do Maracatu.

> Quando eu tinha 10 anos eu tirei o maracatu, era pequeno parecia um jumento, mas mãe não queria deixar eu brincar maracatu porque eu tinha que

> passar três dias fora de casa, daí o dono do maracatu conseguiu me levar. E hoje eu já conheço uma boa parte do mundo rodando com o maracatu. E hoje, tudo que eu tenho eu agradeço ao maracatu. (MESTRE ZÉ DUDA, informação verbal)[28]

O Mestre organiza a sua orquestra com o trinado do apito que indica o momento das marchas, dos sambas ao mesmo tempo, que orienta o Mestre Caboclo a movimentar seu povo, sua nação. Os primeiros mestres tornaram-se referência para todos os que vieram depois.

Entre os muitos mestres de maracatu que atualmente encantam os desfiles, começamos o nosso bate papo com José Bernardo de Souza, mais conhecido como Mestre Duda. Ele nasceu em Buenos Aires (PE) no ano de 1939 e brinca o carnaval desde 1949, quando ainda tinha dez anos. Sua fama cresceu enquanto ele acompanhava blocos, caravanas e maracatus cantando versos, improvisando e fazendo sonhar os caboclos, os trabalhadores dos canaviais.

Mestre Zé Duda também conhecido como Peito de Aço de Aliança, ganhou muitos troféus, por isso é apelidado de Papa Taça. Seu primeiro trabalho foi no Maracatu Leão do Engenho Vasconcelos, depois de ter passado por vários maracatus, em 1968 se firma como Mestre do Maracatu Estrela de Ouro.

Zé Duda, como os mestres mais antigos dos maracatus de Baque Virado, trabalhou no meio dos sítios e usinas: foi ticuqueiro, cavou vala, cambiteiro, serviu de correio para donos de engenho, aventurou-se no Recife e foi ajudante de pedreiro em construções no bairro do Espinheiro. Mas, sua vocação sempre foi a poesia, o improviso que, sem escola e sem leitura é capaz de encontrar a beleza e a elegância que faz o orgulho daqueles que o conhecem. Atualmente, faz poesia com a sua esposa Mestra Gil, do Maracatu Coração Nazareno, organizado pela Associação das Mulheres de Nazaré da Mata.

O ritmo do terno é rápido, é quase um som só, rápido, simples, como a vida de todo um povo. É difícil saber se os passos da tribo acompanham a música ou se a música corre atrás da tribo em movimento.

Mestre Zé Duda dá voz às toadas ou loas com seu apito e sua agilidade, dono de belos versos muitos deles improvisados e que podem ser de vários tipos: “a marcha de quadra, o samba de seis, o samba de dez e o galope de seis”. Também tem o samba cumprido, geralmente de 10 versos podendo variar para 12, 14, até 20, para mestre se perdeu nas dez linhas. *(*MESTRE ZÉ DUDA, informação verbal)[29]

---

[28] Informações coletadas em entrevista com o Mestre Zé Duda, em novembro de 2012.
[29] Informações coletadas em entrevista com o Mestre Zé Duda, em novembro de 2012.

Ao lado do Mestre, tem o Contramestre que repete juntamente com o coro, o último verso cantado pelo Mestre, “ao meu apito o terno para, os caboclos se ajoelham e esperam que eu solte o improviso.”

Eu já venho acostumado é o prazer que eu tenho
Porque todo o lugar que eu venho dou valor ao meu apito
E cantar samba bonito em não devo nada a ninguém

Cantar samba é meu esporte ninguém vai me segurar
Quando o meu caixão passar se alguém pedir
Bote a baixo que se acabou o peito de aço, a fera do carnaval

Estava cantando em dez agora eu passei pra seis
Esse homem é português e a minha voz é fuxico
Que com Deus eu não pego bicho eu pego é Mestre Rei
Quem perdeu não seja crente por amor a religião
Só dou em cima do banco com toda a força do braço que eu sou lança de aço

É desse infeliz do Mestre que cai na minha mão
Se tá com fome eu dou pão
Se tá com sede eu dou garapa
E se partir eu dou tapa e começa a confusão

Muita gente me pergunta se eu sofro o pulmão
Lá em cima do sertão um pau curado é um cano chapado
É de abano e pra todos os lados é barão

Mestre pra me enfrentar precisa disposição
Bato com ele no chão e quebro ossos com ossos
E levo dinheiro no bolso sem faltar nenhum tustão

Com essa Estrela eu me orgulho é no Chã de Camará
Não adianta teimar que eu sou Mestre Porque o
Pai Nosso eu aprendi a rezar.

(MESTRE DUDA, informação verbal)[30]

Esta foi uma das loas, sambadas que eu pedi para o Mestre Duda versar para mim. E a maioria delas são do seu cotidiano, das suas experiências, vivências, decepções, amores, carnavais, sobre outros mestres, sobre a disputa nas sambadas. E ele sempre tem o maior orgulho de fazer o que faz, e de ser reconhecido como Peito de Aço.

Mestre Zé Duda é um ativista da Folkcomunicação, faz dos seus versos comunicação para toda a comunidade, informa os acontecimentos da região, as viagens do maracatu, o ganhador do Carnaval. Ele utiliza a sua voz como ferramenta de comunicação e de informação. Considerado um Monumento da Cultura da Zona da Mata Norte de Pernambuco, patrimônio vivo, Zé Duda mostrou a força do maracatu com o seu canto.

3.3.3 O Mestre dos caboclos

José Luiz da Silva aparece na Figura 12, mas conhecido como o Mestre Luiz Caboclo, nasceu em 19 de maio de 1958, no Engenho Santo Antônio, em Aliança, casado pai de cinco filhos, vive dividido entre o município de Condado, onde tem residência e Aliança, Sede do Maracatu Estrela de Ouro, “o ponto de cultura é a minha segunda casa” (MESTRE LUIZ, informação verbal)[31].

Ex-cortador de cana-de-açúcar, Mestre Luiz começou a brincar maracatu em 1988, quando já tinha 30 anos. Conheceu a brincadeira através de Mestre Batista no Sítio Chã de Camará, que também brincava de Cavalo-Marinho. Em 2002 foi convidado a se tornar Mestre dos Caboclos do Estrela de Ouro, e hoje além de mestre é o responsável pelo Ponto de Cultura Estrela de Ouro.

[30] Loa entoada pelo Mestre Zé Duda, em xxx, no dia xxxx.
[31] Informação coletada em entrevista com o Mestre Luiz a, em novembro de 2012.

Figura 12: Mestre Caboclo



Fonte: Autoria própria, 2013.

Mestre Caboclo é o chefe dos guerreiros de lança que dançam no centro da fila de caboclos que vai à frente, formada por mais quatro caboclos. O mestre que organizava toda a sambada, orientando como eles deviam se comportar quando se apresentam para a "guerra" do Carnaval. A coreografia é formada por um constante vai-e-vem ao redor do cortejo. As lanças jogadas para o alto mostram a arma do guerreiro e de como ele a domina, caracterizando um ritual de inibição para o inimigo. O mestre tem que estar atento aos movimentos dos personagens que estão sempre à frente, Catirina e Mateus. Mestre Luiz (informação verbal)[32] afirma que "há Caboclo Boca-de-trincheira, Caboclos-guias, dois Caboclos de retaguarda e o mestre caboclo."

Em setembro de 2012, data de uma das nossas conversas sobre o maracatu, sua história e o seu cotidiano, observei como os olhos do Mestre Luiz brilhavam quando falávamos do Carnaval e da participação do Estrela de Ouro no grupo especial do Carnaval do Recife.

> Foi em 1988 que o Estrela de Ouro entrou no grupo Especial no Carnaval do Recife, mas o primeiro foi o Maracatu Rural Leão das flores, lá de Itaquitinga, e o segundo a entrar foi O Estrela de ouro [...] Lá funciona assim, são três chaves: A, B e C, referente à primeira, segunda e terceira

[32] Informação coletada em entrevista com o Mestre Luiz a, em novembro de 2012.

> categoria. Quando a gente chega na chave A, aí é que vamos para o grupo especial, e assim somos seis vezes campeão do Carnaval. (MESTRE LUIZ, informação verbal)[33]

O Mestre Luiz nos mostrou, dentro de um quartinho recém-reformado, por trás da sede do Estrela de Ouro, como confeccionava as fantasias do Caboclo de Lança usadas na apresentação do Carnaval. A produção das fantasias começa a ser feita geralmente no final do mês de fevereiro ou início de março, muitas vezes, reelaborada no mês de setembro.

Na produção do chapéu do caboclo, o Mestre Luiz contava com a ajuda de alguns jovens do projeto de leitura e de informática do Ponto de Cultura. Porém, como manipulava muito com cola, o tempo de exposição era grande num quartinho sem ventilação alguma, o mestre achou melhor ele mesmo fazer os chapéus, para não prejudicar a saúde dos adolescentes. A Figura 13 mostra a produção dos chapéus, são cerca de 40 unidades, confeccionadas uma por uma, com variadas cores, dando vida à cabeleira do guerreiro da mata.

> Todo ano a gente muda a cor dos chapéus, mas as cores mais fortes são o vermelho e o amarelo, as cores do estrela né. O meu chapéu é sempre de uma cor só, às vezes vermelho, às vezes amarelo, os dos demais caboclos coloco colorido, porque fica bonito e o povo gosta de muita cor e brilho. [...] Hoje uma tira pode chegar até 700, 800 pedaços de fita celofane. (MESTRE LUIZ, informação verbal)[34]

Figura 13- Os Chapéus dos caboclos



Fonte: Autoria Própria, 2013.

[33] Informação coletada em entrevista com o Mestre Luiz a, em novembro de 2012.
[34] Informação coletada em entrevista com o Mestre Luiz a, em novembro de 2012.

> No maracatu tem que trabalhar muito, não se olha só os chapéus, tem que olhar a costura, as roupas das baianas, dos caboclinhos, da escola, o estilo que vamos seguir, a roupa do rei e da rainha. Temos que colorir o maracatu para o povo ter o que ver. Não é só o chapéu do caboclo que é bonito, toda a fantasia dele e a dos outros também são. [...] Por causa de um décimo a gente pode ficar pra trás no carnaval do Recife. (MESTRE LUIZ, informação verbal)[35]

A gola é usada por cima das roupas e do surrão, sendo o maior orgulho de um caboclo, o mais belo trunfo. Originalmente, o tamanho da gola era pequeno, mas hoje tomou uma proporção bem maior, chegando a cobrir todo o corpo do caboclo e quase se arrasta no chão.

O brilho e as cores da gola são sinônimos de status entre os maracatus, todos lutam para ter a sua gola mais bonita e vistosa durante o Carnaval. Mestre Luiz ajuda Adalgisa, integrante do Estrela de Ouro, a bordar a gola com lantejoulas, processo minucioso e trabalhoso.

A Figura 14 mostra o Mestre Luiz vestido com a gola do Caboclo, exibindo toda beleza, colorido e detalhes da peça.

Figura 14 - A gola do caboclo

[35] Informação coletada em entrevista com o Mestre Luiz , em novembro de 2012.



Fonte: Autoria própria, 2013.

Mestre Luiz Caboclo, ativista do Maracatu Estrela de Ouro, é gente que luta para manter a cultura viva, para passar os seus ensinamentos para uma nova geração. Busca passar todo o seu conhecimento para as crianças da comunidade do sítio e da redondeza. Vai até as escolas do município de Aliança e Condado ministrar oficinas de como produzir as roupas, oficinas de dança e de brincar maracatu. É um personagem do carnaval que se preocupa com as transformações dos jovens e adolescentes o ano inteiro.

> Da mesma forma que eu saí do corte da cana que é um serviço pesado e é o que se tem para trabalhar aqui na Zona da Mata, hoje nem tanto, mas no meu tempo só tinha isso. Hoje não tem mais as usinas, mas tem as drogas, e os jovens ficam muito tempo sem fazer nada, andando com má companhia. E trazer estes jovens para brincar o maracatu é uma forma de afastá-los das más companhias e das drogas. [...] Aqui no Ponto de Cultura tem leitura, tem vídeo, tem a sala de internet, aqui tem gente do bem. E enquanto eu tiver vivo e com saúde eu vou repassar meu conhecimento para quem quiser ouvir. (MESTRE LUIZ, informação verbal)[36]

3.3.4 O Produtor Cultural Afonso de Oliveira

As Figuras 15 e 16 exibem a imagem de Afonso, que nos recebeu em sua casa em João Pessoa, no dia 23 de novembro de 2012, e nos mostrou o seu cotidiano, as suas produções culturais, além do seu amor pela cultura popular e principalmente pelo Maracatu Rural.

[36] Informações coletadas em entrevista com o Mestre Luiz , em novembro de 2012.

Figura 15: Afonso de Oliveira



Fonte: Blog Social 1, 2012[37].

> Sou pernambucano, nascido no Rio de Janeiro. Hoje o que tenho do Rio é o time, o fluminense. E no Recife, sou Santa Cruz. Mas, moro aqui em João Pessoa por achar uma cidade tranquila, em que posso cuidar e educar melhor meu filho, além de ficar pertinho da Zona da Mata Pernambucana. É a minha ponte. (AFONSO DE OLIVEIRA, informação verbal)[38]

Aos 13 anos, Afonso já se considerava artesão, fazia artesanato para as aulas de artes e principalmente de teatro. Quando começou a se interessar pela cenografia, fazia cenários para os teatros estudantis das Universidades Federais e a Católica de Pernambuco. E desta forma, começou a se envolver com a arte e a música, tendo um bom contato com grandes músicos como Chico Science.

> Como eu não tinha dinheiro eu fazia de tudo para assistir aos shows que tinha no Recife, e daí eu comecei a pintar casas antigas. E em uma dessas casas, o dono era escritor Mozart, e eu conversava muito com ele sobre artes. E desta forma, começamos a sair para as festas juntos. E esse meu amigo junto com sua esposa Karina me convidaram para fazer festas. Aí eu perguntei, e quem faz festas é o que? Ele me respondeu: Produtor Cultural. Então foi em 1990 que eu me tornei produtor cultural e fiz minha primeira

[37] Disponível em: < http://migre.me/iyOas>. Acesso em: 16 dez.2013.

[38] Informação coletada em entrevista com Afonso de Oliveira, em João Pessoa (PB), no dia 23 de novembro de 2012.

> festa “ruínas da carne”, porque o prédio estava em ruínas mesmo. (AFONSO DE OLIVEIRA, informação verbal)[39]

Depois de ter produzido diversas festas com vários artistas, cantores, bandas tanto pernambucanas, como nordestinas, Afonso montou a empresa África Produções, onde ele trabalhou muito afoxés, samba reggae, com a Tribo de jah, Edson Gomes. E, em menos de três anos, estava com uma estrutura muito grande, apresentava-se na rádio pernambucana e começou a viajar pelo Brasil todo. Como viajava muito, não tinha tempo para se dedicar à cultura pernambucana que era a sua grande paixão. Então, Afonso junto com a África Produções contrataram alguns pesquisadores para pesquisar sobre a cultura pernambucana.

Após alguns anos trabalhando com o Reggae, Afonso resolve mudar de ritmo, através das pesquisas, em 1994 ele elaborou seu primeiro projeto voltado para o Maracatu Rural, chamado Maracatu atômico[40].

> Eu achava que o frevo já tinha muita coisa. E eu me encantei com o ritmo do maracatu. Aí disse e fui atrás desse ritmo. E comecei a estudar muita coisa, o Senado, Câmara de vereadores e a cultura. Porque, eu queria mesmo era mostrar pra todo mundo essa cultura do Maracatu, que quase ninguém conhecia, nem os pernambucanos. (AFONSO DE OLIVEIRA, informação verbal)[41]

Em 2003 Afonso se muda para Nazaré da Mata onde havia firmado parceria com a prefeitura, juntamente com o secretário de cultura de Pernambuco. Foi a partir deste ano que ele começou a trabalhar com o Maracatu Estrela de Ouro e a elaborar o projeto para a criação do Ponto de Cultura.

Figura 16 - O produtor Afonso

[39] Informação coletada em entrevista com Afonso de Oliveira, em João Pessoa (PB), no dia 23 de novembro de 2012.

[40] Projeto que teve seu nome inspirado na Música de Chico Science e Jorge Mautner, levava os maracatus tanto rural como o Nação nos bairros do Recife.

[41] Informação coletada em entrevista com Afonso de Oliveira, em João Pessoa (PB), no dia 23 de novembro de 2012.



Fonte: Autoria própria, 2012.

Afonso de Oliveira é considerado um ativista do Maracatu Estrela de Ouro, por ser aquele que abre o espaço social para os efetivos agentes produtores de atos e fatos culturais. É aquele que normalmente apresenta o artista ao público em geral. É ele quem faz a interação entre os sujeitos ativos e passivos. Posso chamá-lo de ativista cultural, ou seja, não está preocupado com o seu sucesso pessoal, mas com o coletivo, com a arte, com a cultura popular.

Esse ativista normalmente atua em várias frentes de trabalho, tentando articular e/ou estabelecer elos entre tais compartimentos estanques, aproximando lideranças culturais e evitando que as localidades, cidades e/ou grupos sejam esquecidos e abandonados. Entretanto, o ativista não só exerce as funções no processo cultural, de produção e divulgação, como se torna responsável por transmitir as necessidades da comunidade para os órgãos públicos, políticos e empresários, se tornando um militante na defesa da cultura e do seu povo.

Afonso de Oliveira é coordenador do Pontão de Cultura Canavial – Agência de Projetos Culturais, em Nazaré da Mata – PE, professor do Curso de Produção das Culturas Populares, produtor e consultor de diversos projetos na Zona da Mata Norte de Pernambuco.

Entre 1990 e 1995 idealizou junto com outros produtores projetos de estruturação e melhorias das condições de grupos afros da cidade de Olinda. Foi um dos fundadores da produtora África Produções (1992 a 2002) e da Associação Cavalo Marinho e desenvolveu projetos para consolidação do Reggae no Nordeste, especialmente na Bahia e Pernambuco, com a realização de Festivais, produção de bandas de Pernambuco e bandas nacionais.

A partir de 1995, Afonso contribuiu para a criação de uma política cultural voltada para valorização dos maracatus com projetos locais (Maracatu Atômico e Encontro dos Maracatus de Nazaré da Mata), projeto Nacional (Maracatus de Pernambuco) e projeto internacional (Maracatus do Brasil).

Entre 1998 e 2001 Afonso desenvolveu o Projeto Pernambuco em Concerto, que em quatro anos trabalhou com 52 grupos de cultura popular de Pernambuco, com representantes de mais de 30 municípios, realização de diversos seminários e a gravação de quatro CDs.

Em 2003, Afonso de Oliveira foi eleito diretor do Instituto Pensarte, onde organizou diversos encontros, projetos e seminários para o setor cultural, com destaque para o seminário Exportação de Produtos Culturais em Recife e Redes Culturais Nordeste em Fortaleza. Trabalhou para levar comitivas de profissionais da cultura para Feiras Internacionais como a Womex, Mercado Cultural da Bahia e Fórum Cultural Mundial.

Em 2004, idealizou e coordenou o Projeto Toques e Trocas, aprovado pelo programa Petrobrás Cultura 2004, nos estados do Alagoas, Pernambuco e Bahia. Afonso idealizou e é produtor geral do Ponto de Cultura Estrela de Ouro da Cidade de Aliança. Fez a direção de produção da Coleção Maracatus e Maracatuzeiros. É consultor dos projetos Batuque Book Maracatu, Acervo Recordança, Estéreoclipe e DVD Solano Trindade.

Além disso, Afonso trabalhou em consultorias para diversas empresas, instituições e prefeituras. Coordenou e criou mais de 60 projetos relacionados à cultura popular, literatura, cinema, televisão, música em geral, dança e memória. Produziu para artistas da cultura popular pernambucana turnês nos Estados Unidos, Bélgica, Alemanha, Portugal, Espanha, Itália, França e Suíça. Além de ter produzido mais de 15 CDs com artistas e grupos da cultura popular.

Em 2006, Afonso criou o Método Canavial, como sendo uma estratégia de sustentabilidade para o a cultura da Zona da Mata Pernambucana; implementou a Rede canavial que contou com a participação de artistas culturais, de prefeituras, de grupos folclóricos, de empresas, de associações e de entidades públicas.

Afonso também implementou o programa Pontão de Cultura Canavial, que funciona como uma agência de projetos culturais, além de desenvolver programas de capacitação, com duração de cinco meses para formar produtores culturais. Atualmente, o programa já capacitou mais de 80 produtores culturais.

Neste mesmo ano, Afonso conseguiu transformar em livros dois projetos culturais: O Manifesto Canavial e o Método Canavial, no qual lhe rederam dois prêmios, o Tuxaua e Patativa do Assaré.

> Método Canavial representa a apropriação dos meios de produção cultural nas mãos das comunidades e coletivos sociais que produzem a cultura local. Dessa forma, uma comunidade ganha autonomia, promove, produz e difunde sua cultura. Os coletivos culturais brasileiros, precisam participar das rádios comunitárias, produzir seus próprios festivais. A autonomia da produção cultural passa por isso. (OLIVEIRA, 2010, p. 78)

O Festival Canavial foi um dos últimos trabalhos realizados por Afonso, tendo a colaboração do Programa Petrobras Cultural. O festival foi realizado no Maracatu Estrela de Ouro de Aliança e contou com o apoio das Prefeituras de Vicência, Itaquitinga, Ipojuca e Nazaré da Mata, além do patrocínio do Governo Federal.

Na semana da nossa entrevista, Afonso havia recebido o Prêmio Economia Criativa, Edital de Fomento a Iniciativas Empreendedoras e Inovadoras, lançado pelo Ministério da Cultura (MinC).

> Resumindo a minha história, Afonso era um produtor da festa Ruínas da Carne e hoje criador do Método Canavial, e com ele já tenho quatro prêmios. E estou criando a Escola Cultura Canavial, patrocinada pelo Criança Esperança, lá em Nazaré da Mata. Sou o produtor da cultura, o produtor das artes. (AFONSO DE OLIVEIRA, informação verbal)[42]

Percebemos que um dos interesses da Teoria da Folkcomunicação é investigar e compreender as práticas tidas como informais dos grupos excluídos, além das apropriações que a comunicação de massa realiza baseadas no intercâmbio das mensagens que perpassam a relação entre a cultura de massa e a popular.

Nessa perspectiva, podemos relacionar o papel desenvolvido pelos ativistas midiáticos no processo de formação da opinião da sua comunidade. Assim, essas ações são capazes de dar mais acesso a novas condições sociais, além de promoverem a produção cultural dos grupos folclóricos, caracterizados como sendo marginalizados.

[42] Informação coletada em entrevista com Afonso de Oliveira, em João Pessoa (PB), no dia 23 de novembro de 2012.

4. A APROPRIAÇÃO DO MARACATU RURAL PELO MERCADO CULTURAL

4.1 A pernambucanidade

"Orgulho de ser Pernambucano" filha de pernambucana, cresci escutando essa frase com um sentimento nativista e regionalista, uma supervalorização da cultura local, além deles praticarem e respeitarem as manifestações locais, seus heróis, sua história e seus costumes. Sempre me encantou essa paixão que o povo pernambucano tem pelo seu estado, pela sua terra. O fato de estudarmos uma de suas manifestações, e um dos seus guerreiros, o caboclo de lança, se faz necessário entendermos, ou pelo menos tentarmos entender, o que é essa *pernambucanidade*.

Percebemos que os elementos sociais, políticos e econômicos contribuem de forma significativa para a identidade cultural de um povo. Essa história começa a ser escrita no Brasil Colônia, quando a capitania de Pernambuco foi doada para Duarte Coelho, responsável pela cultura da cana-de-açúcar, consequentemente surgiram as lavouras e os engenhos de cana-de-açúcar, o que viria a ser uma das principais riquezas e o centro da economia do Estado Pernambucano. Logo depois, a capitania passou a ser Província e depois estado de Pernambuco. Com a grande expansão de riquezas, o estado começou a ser de interesse dos Franceses e Holandeses, resultando nas várias lutas que Pernambuco enfrentou para defender a sua terra amada.

Com a exoneração do conde Maurício de Nassau do governo da capitania pernambucana pela companhia Holandesa, o povo pernambucano se revoltou com o governo e, como forma de resistência, criou um movimento chamado de Inssureição Pernambucana. Logo depois, os Holandeses foram expulsos da capitania através da segunda guerra dos Guararapes. Depois vieram outros conflitos que Pernambuco teve que travar, como a revolução Pernambucana – Também conhecida como Revolução dos Padres, a Confederação do Equador e a Guerra dos Mascates - forma pejorativa que chamavam os Holandeses.

No Século XVII, o Estado de Pernambuco passa por um declínio em sua economia e na conjuntura política, devido à descoberta do ouro em Minas Gerais, o interesse estrangeiro e o político transfere-se para o sudeste do nosso país. Nesse período houve várias manifestações e revoltas, que fizeram com que o Estado perdesse espaço não só na área da economia, mas também no reconhecimento pelo País.

No discurso que o ex-governador de Pernambuco, Miguel Arraes, proferiu ao assumir o governo do Estado em 1963, verifica-se a presença de um simbolismo que trata o povo

como herdeiro de uma legítima tradição, de resistência e de lutas pela independência, da valorização da sua cultura e dos seus costumes, que se projetam para o futuro sem esquecer as raízes do seu passado.

> Ninguém é mais herdeiro das tradições do nosso passado que o próprio povo: mais herdeiro daquela autêntica e legítima tradição pernambucana e nordestina; tradição de trabalho, de resistência ao invasor, de luta pela independência; tradição de bravura, da coragem e do heroísmo de que deram provas aos brancos, negros e índios, senhores e escravos militares, comerciantes e sacerdotes, de que deu prova o povo do Nordeste, o povo de Pernambuco. Nós somos herdeiros dessa tradição, admiramos e respeitamos os monumentos que a documentam, mas detestamos o culto de miséria, que se pratica através de um falso culto do passado. Nós não temos os olhos presos ao passado. Guardamos dele aquilo que nos ajuda a ampliar nossas perspectivas, todas elas projetadas no futuro.(ARRAES, 1963)[43]

Transcrevo o Hino de Pernambuco para que possamos entender entre as linhas “esse povo coberto de glórias, um Pernambuco, imortal e imortal ”:

> Salve! Oh terra dos altos coqueiros!
> De belezas soberbo estendal!
> Nova Roma de bravos guerreiros
> Pernambuco, imortal! Imortal!
>
> Coração do Brasil! Em teu seio
> Corre sangue de heróis - rubro veio
> Que há de sempre o valor traduzir
> És a fonte da vida e da história
> Desse povo coberto de glória,
> O primeiro, talvez, no porvir.
>
> Esses montes e vales e rios,
> Proclamando o valor de teus brios,
> Reproduzem batalhas cruéis.
> No presente és a guarda avançada,
> Sentinela indormida e sagrada
> Que defende da Pátria os lauréis.
>
> Do futuro és a crença, a esperança,
> Desse povo que altivo descansa
> Como o atleta depois de lutar...
> No Passado o teu nome era um mito,
> Era o sol a brilhar no infinito
> Era a glória na terra a brilhar!
>
> A República é filha de Olinda,

[43] Discurso de posse no cargo de governador de Pernambuco, pronunciado pelo ex-governador Miguel Arraes perante a Assembleia Legislativa, Recife, em 31/01/1963. Disponível em: <http://migre.me/iyQqG>.Acesso em: 26 fev.2014

> Alva estrela que fulge e não finda
> De esplendor com seus raios de luz.
> Liberdade! Um teu filho proclama!
> Dos escravos o peito se inflama
> Ante o Sol dessa terra da Cruz!
> (BRANDÃO; MILANO, 1908)

O Hino de Pernambuco foi composto em 1908 por Oscar Brandão e Nicolino Milano, podemos perceber a exaltação das belezas do estado, das conquistas e das glórias, do passado de batalhas, da sua imortalidade e a importância desse estado para o País. No ano de 2002, no governo de Jarbas Vasconcelos, o hino ganhou uma nova roupagem nas vozes de Alceu Valença, Dominguinhos e Caniball, foi gravado nos ritmos do frevo, forró e manguebeat. É frequentemente executado em eventos esportivos, cerimônias públicas e em abertura de grandes eventos estaduais.

Depois de relatarmos de forma resumida a história econômica e política do estado, podemos perceber de que forma ela contribuiu para a identidade cultural desse povo. Quando falamos em identidade estamos nos referindo ao conjunto de características do indivíduo que lhe são próprio e exclusivo, ou seja, cada indivíduo possui sua própria identidade. Porém essa identidade pode ser construída de acordo com suas experiências, vivências e seus habitus[44], sejam eles primários ou secundários, logo será caracterizado por identidade cultural, no qual o indivíduo faz parte desse cenário.

Assim como a cultura, a identidade é formada de simbolismo e representações. A identidade cultural Pernambucana está baseada no discurso de suas histórias, de suas lutas e de suas vitórias como vimos anteriormente. Carregada de significados, através da música, da dança, das comidas, do jeito de fazer e de ser cultura, marcado por um preconceito, de ser nordestino que perpassa séculos, Pernambuco luta pelas suas origens, pelo seu povo, pela continuidade de uma tradição e assim essa identidade cultural vai sendo construída entre o passado, o presente e o futuro.

> A identidade de um nordestino é a Pernambucanidade. Porque essa expressão – ou melhor, essa legenda – é toda a nossa história regional. Pernambuco como Região. Como um todo. O Pernambuco das revoluções pela liberdade. (PEREIRA, 1983, p. 45)

[44] O habitus primário manifestado ainda na infância e o habitus secundário aquele incorporado na escola, na vida profissional, etc. Proposto por Pierre Bourdieu (1979), o habitus passa a ser a história de um indivíduo inscrita no seu contexto social.

A *pernambucanidade* absorve todas as práticas e os costumes do seu estado, valorizando assim as "coisas de Pernambuco", sua cultura, seu povo e os milhares de artistas que esta terra produz, pode ser bem entendida na letra da música escrita por Lenine e Paulo César Pinheiro, Leão do Norte[45]:

> Sou o coração do folclore nordestino
> Eu sou Mateus e Bastião do Boi Bumbá
> Sou o boneco do Mestre Vitalino
> Dançando uma ciranda em Itamaracá
> Eu sou um verso de Carlos Pena Filho
> Num frevo de Capiba
> Ao som da orquestra armorial
> Sou Capibaribe
> Num livro de João Cabral
> Sou mamulengo de São Bento do Una
> Vindo no baque solto de Maracatu
> Eu sou um alto de Ariano Suassuna
> No meio da Feira de Caruaru
> Sou Frei Caneca do Pastoril do Faceta
> Levando a flor da lira
> Pra nova Jerusalém
> Sou Luis Gonzaga
> E eu sou mangue também
>
> Eu sou mameluco, sou de Casa Forte
> Sou de Pernambuco, sou o Leão do Norte
>
> Sou Macambira de Joaquim Cardoso
> Banda de Pífano no meio do Canavial
> Na noite dos tambores silenciosos
> Sou a calunga revelando o Carnaval
> Sou a folia que desce lá de Olinda
> O homem da meia-noite puxando esse cordão
> Sou jangadeiro na festa de Jaboatão
> Eu sou mameluco, sou de Casa Forte
> Sou de Pernambuco, sou o Leão do Norte.

A valorização e divulgação das riquezas que o Estado possui, tornou-se de certa forma um produto do mercado cultural, isto é, suas riquezas tornaram-se atrativos turísticos, que fundamentam a retórica da *pernambucanidade.*

Portanto, a *pernambucanidade* significa a valorização de uma identidade cultural, uma exaltação da tradição, amor a sua "pátria", visto não apenas como um estado, mas uma nação, com costumes específicos de um povo que lutou pela restauração da "alma pernambucana".

---

[45] LENINE; PINHEIRO Paulo César. **Leão do Norte.** Disponível em: <http://migre.me/izkUj>. Acesso em: 10 fev.2014.

Analisaremos como essa *pernambucanidade* contribui e até mesmo, consegue transformar a cultura popular em produto do mercado cultural.

4.2 O cotidiano

No decorrer do mestrado tive a oportunidade de ter contato com vários autores que tematizam a vida cotidiana, entre eles, Michel Foucault, Pierre Bourdieu, Guy Debord, Henri Lefebvre, Michel Maffesoli, Georg Simmel, Erving Goffmann, Michel de Certeau e José Machado Pais. E através deles pude entender o que de fato é o cotidiano, e o que esse cotidiano representa para o Maracatu Rural Estrela de Ouro.

Toda vez que nos deparamos com a palavra cotidiano, tendemos a associá-la a rotina, em outras palavras, aquilo que fazemos todos os dias. “O que se passa no quotidiano é ‘rotina’, costuma-se dizer” (PAIS, 2003, p. 28). Porém o cotidiano vai além dessa simples repetição, está contido no ambiente do indivíduo que é capaz de se relacionar e de interagir com outros indivíduos.

Pensar cotidiano, é pensar também as relações existentes nesse dia a dia, capaz de construir uma identidade cultural.

> O cotidiano é aquilo que nos é dado cada dia (ou que nos cabe em partilha), nos pressiona dia após dia, nos oprime, pois existe uma opressão do presente. Todo dia, pela manhã, aquilo que assumimos, ao despertar, é o peso da vida, a dificuldade de viver, ou de viver nesta ou noutra condição, com esta fadiga, com este desejo. O cotidiano é aquilo que nos prende intimamente, a partir do interior. É uma história a meio-caminho de nós mesmos, quase em retirada, às vezes velada. [...] é um mundo que amamos profundamente, memória olfativa, memória dos lugares da infância, memória do corpo, dos gestos da infância, dos prazeres. [...] O que interessa ao historiador do cotidiano é o invisível[...]. (CERTEAU; GIARD; MAYOL 1996, p.31)

Nessa perspectiva, os ativistas midiáticos analisados do Maracatu Estrela de Ouro de Aliança, constroem seu próprio cotidiano, através da sua brincadeira, da sua dança, da sua música, do modo como produzem suas fantasias, tornando-se atores do seu próprio cotidiano e das experiências vivenciadas cotidianamente em suas práticas culturais, que nos revela a identidade de um povo, de um grupo, uma vez que, são considerados como sujeito ativo e produtor de sentidos. (MARTIN-BARBERO, 2006).

Com o advento das novas tecnologias e o processo de globalização vemos que os hábitos e os costumes vêm se modificando, ou melhor, se adaptando às novas realidades. O

que de certa forma também acontece com a cultura popular e as manifestações folclóricas que veem seu ambiente, seu cotidiano sendo modificado pelas redes simbólicas de produção e consumo midiático.

> O cotidiano é hoje redescoberto como momento de análise do dado social na complexidade que esse mesmo social envolve a perspectiva de que o cotidiano possa ser o espaço onde os processos simbólicos são elaborados e reelaborados em si mesmo e a partir das relações que tem com outros processos simbólicos, faz do cotidiano como tal o espaço mesmo de compreensão do processo simbólico e das relações de poder que aí se imbricam. (SOUSA, 1986, p.96)

Lefebvre (1968) nos chama a atenção para um cotidiano diferente, ele valoriza o cotidiano justamente naquilo que não é facilmente percebido. Portanto, é o fio condutor para conhecer a sociedade, os objetos mais usuais e mais simples diferem conforme os lugares e as camadas sociais.

> Tratando-se de cotidiano, trata-se, portanto, de caracterizar a sociedade em que vivemos, que gera a cotidianidade (e a modernidade). Trata-se de defini-la, de definir suas transformações e suas perspectivas, retendo, entre fatos aparentemente insignificantes, alguma coisa de essencial, e ordenando os fatos. Não apenas a cotidianidade é um conceito, como ainda podemos tomar esse conceito como fio condutor para conhecer a ´sociedade` [...] (LEFEBVRE, p. 35, 1968)

Assim, observamos as apropriações desses elementos, a partir do espaço vivido dos brincantes do maracatu como forma de representação midiática. Ou seja, ao se tornarem produtos de um mercado cultural, o cotidiano sofre alterações para dar maior visibilidade às práticas antes impercebíveis e que hoje, transformam-se em elementos atrativos para uma sociedade do espetáculo.

4.3 A identidade de um grupo

Na atualidade, o conceito de identidade vem sendo muito discutido em diversas perspectivas teóricas tais como, na Psicologia, na Filosofia, na Antropologia, na Sociologia e na Comunicação. Ao estudarmos a apropriação do mercado cultural no contexto do Maracatu Rural se faz necessário entendermos o que de fato seja uma identidade e o que ela representa para o seu grupo.

A noção de identidade antes estava ligada a um único sujeito, estático e permanente. Hoje ela é definida através de suas representações sociais e culturais.

> A representação, compreendida como um processo cultural estabelece identidades individuais e coletivas e os sistemas simbólicos nos quais ela se baseia fornecem possíveis respostas às questões: Quem eu sou? O que eu poderia ser? Quem eu quero ser?" (HALL; WOODWARD; SILVA, 2000, p. 17).

Pensar na identidade de um grupo ou manifestação cultural é entender a sua essência, sua tradição, isto é, quando dizemos "tenho orgulho de ser Pernambucano" tem uma característica marcante, auto-contida, autossuficiente, como uma identidade independente e única, de ser, diferente daquilo que os outros possam ser – aspectos contidos na *pernambucanidade*.

> A identidade e a diferença têm que ser ativamente produzidas. Elas não são criaturas do mundo natural ou de um mundo transcendental, mas do mundo cultural e social. Somos nós que as fabricamos, no contexto das relações culturais e sociais. A identidade e a diferença são criações sociais e culturais. (HALL; WOODWARD; SILVA, 2000, p. 76)

Primeiro para entendermos as identidades precisamos saber que elas são diferentes, únicas, mas que são passíveis de serem modificadas e adaptadas. Nessa perspectiva Hall (2006) distingue três concepções de identidade: a primeira seria o sujeito do Iluminismo – baseada na concepção humana, tendo um sujeito centrado e unificado. A segunda, o sujeito sociológico - reflete a complexidade do mundo moderno, o sujeito formado através de suas relações sociais e que mediam para os sujeitos os valores, sentidos e símbolos. O terceiro e último seria o sujeito pós-moderno, produzido pelas mudanças que vêm ocorrendo na atualidade: "O próprio processo de identificação, através do qual nos projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se mais provisório, variável e problemático." (HALL, 2006, p. 12).

Como em uma peça de teatro, na qual existem vários atores, com os mais variados personagens e representações diferentes, assim é a identidade. Ela vai se adaptar e modificar de acordo com a sua localidade e o tempo em que vive. Nesse sentido, esses sujeitos/grupos passam a assumir diferentes identidades. Esse processo de mudança está ligado à modernização que se modifica constantemente, que está sempre alterando as formas de pensar e de agir, consequentemente as identidades sofrem alterações, seja de forma ou de conteúdo para se enquadrarem à nova realidade.

Torna-se importante compreendermos a identidade como uma construção simbólica. Construção, pois assim como a cultura, a identidade é dinâmica, isto é, construída mediante a interação social, os fatores históricos e o cotidiano desses indivíduos/sujeitos através das experiências vividas em suas realidades. (ORTIZ, 1994)

Para Hall (1999, p. 8), “a identidade cultural refere-se àqueles aspectos de nossas identidades que surgem do nosso pertencimento a culturas étnicas, raciais, linguísticas, religiosas e, acima de tudo nacionais”. Será a nossa identidade que irá nos diferenciar um dos outros e identificar em qual grupo realmente pertencemos, logo, a identidade cultural está fundamentada na distinção e na diferença que temos em relação aos outros grupos.

4.4 Mercado Cultural

Falar dos estudos culturais no Brasil é fazer uma referência a dois fatos históricos da atuação do Estado e das políticas culturais. O primeiro fato foi a criação do Ministério da Cultura - MIC, em 1986. O segundo diz respeito à criação da Lei de incentivo à cultura, Lei 7.505 que concebe benefícios fiscais para as empresas que investissem na cultura do seu Estado.

Em 1995, Francisco Weffort foi nomeado ministro da Cultura, no governo do Presidente Fernando Henrique Cardoso, nesse mesmo ano começam as mudanças na trajetória da cultura no Brasil e consequentemente as políticas públicas culturais. Verificamos tal início no discurso de posse proferido pelo Ministro Weffort, quando o mesmo fala sobre o caminho que a cultura no Brasil iria seguir: “a parceria com o mercado é o caminho.” (CASTELLO, 2002, p. 638)

Considerando que toda criação tem o seu lado bom e o seu lado ruim, dependendo do ponto de vista daqueles que estão inseridos ou não na realidade atingida. Assim acontece com as políticas públicas de cultura, isto é, o Estado vem atuando nas formas de organização e produção cultural simbólica. O exemplo são as instituições de preservação do patrimônio histórico e da memória social, além da preservação da cultura e incentivo à identidade cultural no Brasil, como no caso de Pernambuco que vimos anteriormente.

Do ponto negativo da história podemos lembrar da censura que a cultura sofreu em determinados tempos, em que nem tudo era permitido e tinha um caráter marginal. Vale lembrar as agências reguladoras/ fiscalizadores, que na verdade exerciam o papel de mediadoras de interesses. O que de certa forma, fez com que alguns grupos mudassem a sua

forma originária para não sofrer tal censura e para se inserirem nas políticas culturais do Estado.

> A política cultural é entendida habitualmente como programa de intervenções realizadas pelo Estado, instituições civis, entidades privadas ou grupos comunitários com o objetivo de satisfazer as necessidades culturais da população e promover o desenvolvimento de suas representações simbólicas. (COELHO, 2004, p. 292)

Nesse caso, observamos a preocupação em que a política cultural tem em relação ao desenvolvimento das representações simbólicas e como ela se utiliza das ferramentas econômicas (Estado e empresas privadas) para uma finalidade "social."

Não podemos nos esquecer da participação das empresas privadas no desenvolvimento da cultura no país, uma vez que, para o Estado a cultura passou a ser considerada mercado, onde empresas investem em projetos culturais e o Estado dá os descontos e benefícios fiscais, fazendo da cultura uma "moeda de troca."

Na contemporaneidade, as empresas criam formas de atrair e cultivar a fidelidade dos seus *stakeholders* [46] como estratégia de sobrevivência, pois, o consumidor está cada vez mais exigente. Com isto, constroem uma imagem de empresa que se importa com a cultura local e que se apropria da imagem das manifestações populares de acordo com o gosto do consumidor, utilizando assim estratégias de marketing para construir uma "nova imagem da empresa" voltada simplesmente para o mercado.

O livro A Festa do "O maior São João do mundo" do professor Severino Lucena (2007), teve como objetivo a análise do discurso organizacional no contexto do folkmarketing[47], através da apropriação do universo simbólico da festa junina com objetivos comunicacionais, mercadológicos e institucionais, construídas pelas empresas públicas e privadas. No livro o autor constata que nas celebrações da festa junina, os espaços da festa agem como uma vitrine para empresas, por isso, agregam à sua formação discursiva, elementos da cultura popular que fazem parte da construção cotidiana nordestina, da memória social do nordestino e dos campinenses.

No caso do nosso objeto de estudo, o Maracatu Rural, ele é caracterizando como sendo uma manifestação cultural subalterna, pois não provém da cultura erudita, é carregada de simbolismo e rica em significados, representa a identidade, os valores e a natureza das

---

[46] Termo muito utilizado na comunicação, principalmente nas Relações Públicas para designar os públicos de interesse.

[47] "O conjunto de apropriações das culturas populares com objetivos comunicacionais, para visibilizar produtos e serviços de uma organização para os seus públicos-alvo." (LUCENA FILHO, 2007, p.86)

relações dos brincantes, que tentam sobreviver sem alterar o seu cotidiano e a sua essência. Porém, na medida em que, o Maracatu Rural passou a ser reconhecido, para além do seu ambiente, tornou-se objeto de interesse do mercado cultural que dele se apropria para interesse próprio, transformando tradição em mercadoria.

Todavia, Marilena Chauí (2006, p.46) ao se referir ao mercado cultural acredita que o mesmo reduz a forma da cultura à condição de entretenimento e passatempo "é preciso não esquecer que, na lógica do mercado, a mercadoria "cultura" torna-se algo perfeitamente mensurável."

> A chamada cultura de massa apropria-se das obras culturais para consumi-las, devorá-las, destruí-las, nulificá-las em simulacros. Justamente porque o espetáculo se torna simulacro e o simulacro se põe como entretenimento, os meios de comunicação de massa transformam tudo em distração (guerras, genocídios, greves, festas, cerimônias religiosas, tragédias, políticas, catástrofes naturais e das cidades, obras de arte, obras de pensamento). É este o mercado cultural. (CHAUÍ, 2006, p. 45)

Nessa perspectiva, o turismo também vai se apropriar dos elementos da cultura popular como forma de atrativo, ou seja, altera a brincadeira do Maracatu Rural para o turista ver. Desta forma, o turismo estaria transformando tais manifestações em espetáculos através dos novos espaços gerados pela sociedade midiatizada, além das modificações identitárias que os brincantes sofrem para atender tal exigência desse mercado cultural.

Neste sentido, ao analisarmos essa apropriação do Maracatu Rural pelo mercado cultural, espera-se que a pesquisa possa contribuir para uma maior compreensão a respeito das modificações/apropriações que as manifestações populares estão sofrendo na contemporaneidade, como veremos a seguir.

4.5 Apropriação do Maracatu Rural pelo mercado cultural

As manifestações populares, antigamente tidas como focos de resistência da cultura de determinados grupos, buscavam manter vivas as tradições de seu povo. Após o advento da globalização, as regras do mercado cultural mundial incorporam os eventos tradicionais transformando-os em grandes espetáculos de entretenimento que visam, acima de tudo, o lucro.

Os brinquedos populares ganharam forte apelo comercial e os desenvolvimentos dessas tradições promoveram mudanças significativas em suas essências. Entre outros fatores,

para essa apropriação das tradições no mercado global, encontramos no consumo turístico, no mercado cultural e nos meios de comunicação de massa sua via mais forte de propagação.

De fato, assim como a identidade dos indivíduos, a cultura também foi englobada pelo consumo (CANCLINI, 1997) e muitos dos seus elementos se tornaram alvo da publicidade, do turismo e da mídia.

Claro que não podemos negar o ponto positivo da questão que envolve a disseminação da cultura, especialmente quando analisamos a possibilidade de que muitos podem ter acesso às manifestações culturais de diversas localidades, sem sair de suas casas. No entanto, é necessário refletir sobre a forma como essa cultura é midiatizada e como os padrões de consumo e globalização interferem em sua essência, modificando e adaptando características tão peculiares, que acabam se perdendo na vasta atmosfera criada pelas múltiplas possibilidades do mercado cultural.

Contudo, percebe-se que o mercado cultural vem se apropriando de elementos da cultura popular para se promover e, em contrapartida, divulgar os elementos culturais identitários do local onde estão inseridos. Entretanto, não só os atores sociais se apropriam deste mercado para difundir o seu grupo, mas especificamente a mídia utiliza-se da cultura popular e das manifestações folclóricas para reinterpretar e transmitir novas mensagens. Desta forma, é importante lembrar que esse fenômeno é bidirecional, em outras palavras, a cultura popular também se apropria do mercado cultural e vice-versa.

Brandão (2000) nos lembra que o mercado cultural se apropria dos elementos próprios da cultura popular como forma de configurar e até mesmo transformar a cultura popular em produtos para serem ofertados aos turistas, “tornar o ritual um espetáculo passível de ser colocado no mercado das festas e de outros produtos do folclore.” (BRANDÃO, 2000, p.100). Ou seja, vivendo cada vez mais em um processo de invenção das tradições, onde as festas, os costumes e as brincadeiras transformam-se em meras mercadorias, transformando a cultura popular em espetáculo para turista ver.

Pensar a sociedade do espetáculo é abordar o pensamento de Guy Debord (1997), no qual o espetáculo nos remete a algo grandioso criado para se ver, preocupa-se mais com a aparência do que de fato com o conteúdo e a mensagem que tenta passar, é que o que interessa mesmo é a sua imagem.

> O espetáculo, compreendido na sua totalidade, é simultaneamente o resultado e o projeto do modo de produção existente. Ele não é um complemento ao mundo real, um adereço decorativo. É o coração da irrealidade da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares de

> informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto do entretenimento, o espetáculo constitui o modelo presente da vida socialmente dominante. Ele é a afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e no seu corolário — o consumo. A forma e o conteúdo do espetáculo são a justificação total das condições e dos fins do sistema existente. O espetáculo é também a presença permanente desta justificação, enquanto ocupação principal do tempo vivido fora da produção moderna. (DEBORD, 1997, p.6)

Colaborando com o pensamento de Guy Debord (1997) de que as culturas populares e suas manifestações estão sendo apropriadas pelo mercado cultural e pelo consumo, sendo produzidas para o espetáculo, para Martin-Barbero (2006, p.130) o mercado solicita o espetáculo, "[...] algo que já não é para ser vivido, mas visto e admirado."

O Maracatu Rural antes era visto, ou melhor dizendo, o seus brincantes eram cortadores de cana-de-açúcar que tinham no folguedo o seu momento de lazer, de brincar, de expressar as suas crenças, seus costumes estavam contidos em seu cotidiano como experiências vividas. Hoje a brincadeira sai do rural e perpassa para o urbano, torna-se atração garantida nos carnavais do Recife e Olinda, fazendo parte do cenário cultural pernambucano.

Observamos que esse folguedo era inicialmente representado durante o Carnaval, depois passou a ser apresentado em passarelas com arquibancadas, o que deu início ao processo de espetacularização, ou seja, "tudo o que chama a atenção, atrai e prende o olhar." (CUNHA 1982, p.78)

A apropriação do caboclo de lança pela mídia possibilitou uma massificação da imagem de um personagem do maracatu que passou a ser ícone de variados comerciais, inclusive de empresas locais e campanhas políticas.

Figura 17 - Os caboclos no aeroporto do Recife



Fonte: Blog Pessoal Mario Vargas , 2009 [48]

Figura 18 - A fachada de Caboclo



Fonte: LÔBO, 2008.[49]

Podemos observar tais apropriações nas Figuras 17 e 18, a primeira mostra dois caboclos de lança, que muitas vezes, não são nem brincantes, isto é, são meros atores contratados pelas empresas de turismo, pelo próprio aeroporto ou pelo governo, para encenarem com objetos para se tirar fotos. A figura 18 mostra mais uma vez a apropriação da imagem do guerreiro na fachada de uma casa em Olinda, lugar este, que não é da terra do caboclo de lança, porém se torna passagem de milhões de foliões no mês do Carnaval.

Sete décadas depois, a partir de meados dos anos 90, inaugura-se um marco na trajetória do Maracatu Rural, momento em que a brincadeira passa a ter mais visibilidade na mídia de um modo geral, um conjunto de fatores contribuiu para a configuração desse novo panorama.

No cenário político do Estado, o escritor Ariano Suassuna, ao assumir a pasta da Secretaria de Cultura, no terceiro governo de Miguel Arraes (1995 -1998), convida o Mestre Salustiano, dono do Maracatu Piaba de Ouro (Olinda, PE) para ser seu assessor. Nessa mesma época, é exibido nos cinemas o curta-metragem Maracatu, Maracatus, do cineasta pernambucano Marcelo Gomes que obtém grande repercussão. Na música, em plena

[48] Disponível em: <http://migre.me/iyVd0>. Acesso em 10 jan. 2014.
[49] LÔBO, Andrezza, 2008. Disponível em: http://migre.me/iyVt9> Acesso em 14 jan. 2014.

efervescência estava o movimento Mangue Beat[50], o vídeo-clipe Maracatu Atômico, protagonizado por Chico Science, deu visibilidade ao caboclo de lança no âmbito nacional, bem como, a decorrente participação do Piaba de Ouro, do Mestre Salustiano, no palco do Rock In Rio 2000.

A Figura 19 exibe um outdoor assinado pela Prefeitura de Recife, que divulga o Carnaval da cidade por meio da imagem do caboclo de lança.

Figura 19 - Outdoor do caboclo



Fonte: ROSA, 2011. [51]

Nesse cenário de efervescência cultural é na transição do governo Governo Arraes, 1998, para o de Governo Jarbas Vasconcelos, 1999 - 2006, que se ampliam os investimentos turísticos, intensificando-se, neste alargamento, a exploração utilitária da diversidade das nossas manifestações culturais populares, dentre elas, com grande ênfase, o maracatu baque solto/rural. (VIEIRA, 1999, p. 125)

E assim, no percurso do Carnaval Recife, Olinda e Zona da Mata o Maracatu Rural vai ganhando espaço, conseguimos ver várias apresentações da brincadeira em todo o estado pernambucano. Com isso, esses grupos tornam-se produtos e ícones culturais, recebendo investimentos de políticas públicas, inclusive cachês para se apresentarem ao grande público,

---

[50] Foi um movimento artístico-cultural da década de 90 organizado em Recife, pelas bandas Chico Science & Nação Zumbi e Mundo Livre S.A.

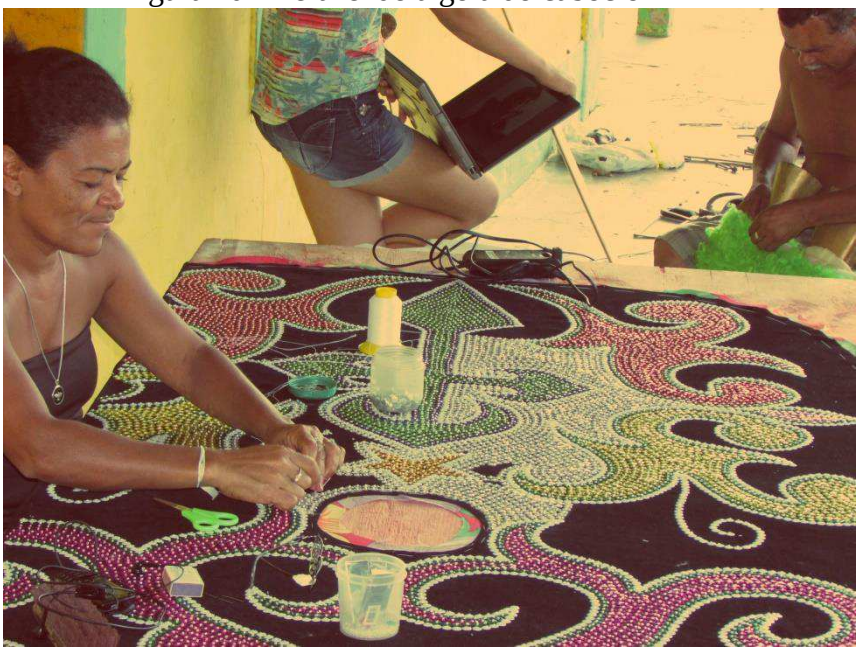
[51] ROSA, Gregório, 2011. In: Blog Basekit. Disponível em: < http://migre.me/iyWgo > Acesso em: 05 jan. 2013.

fazendo com que a apresentação sofra modificações para se enquadrarem nesse cenário cultural. Enquanto que, numa apresentação original há mais de 60 caboclos de lança, este número é reduzida para apenas 10 caboclos.

Essa repaginada que o Maracatu Rural sofre para entrar no mercado cultural modifica também a sua música, alterando para outros ritmos, adiciona mais lutas entre os caboclos, como mera encenação, a inclusão da mulher, que antes era uma brincadeira só masculina, a inclusão de reis e rainhas, todas essas exigências foram "impostas" para ingressarem no Carnaval do Recife e no cenário cultural pernambucano.

A partir da apropriação do mercado cultural, o Maracatu Rural vem sofrendo várias mudanças, adaptações em suas *performances*, uma delas pude constatar no Carnaval 2013 de Nazaré da Mata, em que os grupos de Maracatu foram criados pelo incentivo/investimento da atriz global - discurso proferido no palco das apresentações - Dira Paes (Maracatu Leão Mimoso). A atriz teve contato com a cultura pernambucana quando foi personagem de um filme chamado Baixio das Bestas[52], a trama é narrada na Zona da Mata Norte pernambucana e mostra a brincadeira do Maracatu rural, além de abordar um caboclo de lança violento e que ao mesmo tempo faz justiça com as própria mãos.

Figura 20 - Refazendo a gola do caboclo



Fonte: Autoria própria, 2013.

52 Filme dirigido por Cláudio Assis, no ano de 2007, que relata o cotidiano de uma jovem de 16 anos que é explorada pelo seu pai-avô. O cenário do filme acontece na zona da mata norte Pernambucana (Zona da Mata Norte pernambucana). Tem como atores Fernando Teixeira, Caio Blat, Matheus Nachtergaele e Dira Paes.

As modificações e/ou adaptações chegam também nas roupas dos cablocos de lança, uma vez que todo ano a gola dos caboclos tem que sofrer ajustes, ou melhor dizendo tem que ser feitas novamente com novas lantejoulas, com cores diferente, com tema diferente para que no concurso do Carnaval do Recife o Maracatu não venha perder ponto no quesito da fantasia do caboclo. A Figura 20 retrata Adalgisa, integrante do Marcatu Estrela de Ouro refazendo a gola do Mestre Luiz Caboclo, lantejoula por lantejoula, fazendo o processo de tirar todas e colocá-las novamente, mas em outro sentido, fazendo outro formato da Estrela de Ouro, símbolo do grupo.

Outro aspecto importante são as imagens bordadas nas roupas dos caboclos de lança, originalmente as golas recebem o símbolo do seu grupo, bordado com lantejoulas, no caso do Maracatu Estrela de Ouro, as golas vêm com o símbolo da estrela dourada. Mais uma vez, percebemos as transformações identitárias vividas em uma sociedade midiatizada, na qual os símbolos do NETV, emissora pernambucana, está presente nas golas dos caboclos de lança do Maracatu Águia Dourada. Além dos símbolos dos times de futebol carioca, paulista e pernambucano, alterando assim a identidade dos grupos.

Nesse sentido, observamos os processos de ressignificação das manifestações populares, no caso do Maracatu Rural, na sociedade do espetáculo, em que os elementos identitários são apropriados por esse mercado cultural, transformando um grupo folclórico em mero produto do consumo na sociedade contemporânea.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde quando iniciei os meus estudos sobre o folclore e a cultura popular, compreendi que o conceito dos temas estudados tinha significados diferentes daquilo que eu imaginava, passando das expressões simbólicas culturais das classes ditas populares, desembocando em uma noção mais conflituosa e dinâmica.

A experiência etnográfica nos deu suporte metodológico, além de ter nos ajudado nas inquietações e nas dúvidas ao longo da pesquisa; a observação participativa também colaborou para a análise dos ativistas midiáticos como atores modificadores das estruturas locais.

Entretanto, como em todo o caminho, tivemos pedras que dificultaram a nossa caminhada, tristezas, mudanças e aflições vivenciadas, mas nos proporcionaram também alegrias, vitórias, reconhecimento, além de novas amizades, tudo o que relato foi vivenciado no cotidiano da pesquisadora, que talvez não tenha ficado explícito entre as linhas desta dissertação, mas que foram de suma importância para o meu crescimento pessoal, profissional e para o êxito deste trabalho.

O que se buscou nestas páginas foi perceber a importância desses ativistas midiáticos, atores sociais os quais estudamos, como mediadores das relações sociais da sua comunidade, no caso o Maracatu Estrela de Ouro e os meios de comunicação. Contudo, vem reforçando a importância de se ter na comunidade um ativista local, para que possa divulgar o grupo ao qual pertence, além de propagar e difundir seus costumes e a sua tradição, de fazer com que a cultura permaneça viva tanto para os brincantes, como familiares e toda a comunidade. Esses ativistas operam tanto nas esferas informais da produção cultural, como nas formais, institucionais e governamentais, fazendo uma conexão do que é tradicional com o que é contemporâneo.

Na segunda parte da nossa pesquisa observamos como o mercado cultural se apropria da cultura popular, mas especificamente do Maracatu Rural e como ele utiliza a imagem do maracatu como forma de comercialização, além de tornar a brincadeira em um mero espetáculo.

A constante utilização da imagem do Maracatu Rural, mas especificamente do caboclo de lança e a repetição da ideia de que a brincadeira é o símbolo da cultura pernambucana, cria uma impressão de que se abriu um grande espaço social para a cultura popular. No entanto, esse espaço não se reverte de forma efetiva na melhoria de vida dos seus brincantes, nem em

financiamento para os custos do espetáculo, nem em políticas de desenvolvimento econômico para suas comunidades de origem.

O processo de espetacularização que os maracatus rurais sofrem na atualidade é um processo natural da sociedade capitalista. As manifestações populares já não pertencem apenas aos seus protagonistas. A cultura tida como "tradicional" sofre apropriações do mercado cultural – as empresas, a mídia, o Estado e o turismo que transformam a forma da brincadeira.

Outro ponto importante é a situação financeira dos brincantes, uma vez que, se permitem entrar nesse processo de espetacularização, pois diante das suas realidades e necessidades, veem nesse processo “uma ajuda” como uma nova fonte de renda, muitas vezes, como a única, o que os levam a aceitar as mudanças na brincadeira por qualquer forma de pagamento.

Acreditamos que uma das contribuições do presente trabalho foi a de compreender como a cultura e a identidade do grupo de maracatu foram englobadas pelo conceito de consumidores de Canclini (2011), sendo tomada por uma avalanche mercadológica que transformou cada manifestação em alvo de publicidade, turismo e da mídia.

Entretanto, não podemos negar o ponto positivo da questão que envolve a disseminação da cultura, especialmente quando analisamos a possibilidade de que muitos podem ter acesso às manifestações culturais. Por outro lado, é necessário refletir sobre a forma como essa cultura é midiatizada e como os padrões de consumo e globalização interferem em sua essência, modificando e adaptando características tão peculiares, que acabam se perdendo na vasta atmosfera criada pelas múltiplas possibilidades do mercado cultural.

É fundamental resgatar a percepção que Beltrão (1980) teve ao desenvolver a Folkcomunicação, para podermos estar atentos ao que a mídia nos mostra como cultura popular, sendo que, na maioria das vezes, o que vemos é somente um grande show de entretenimento, no qual as verdadeiras raízes, motivações e os reais atores – geralmente iniciadores do processo de recuperação cultural – estão escondidos sob o confete, os holofotes e o mercado cultural.

Diante do exposto, é possível tecer alguns comentários dos próprios brincantes do maracatu e seus ativistas midiáticos sobre o mercado cultural: 1) Para os brincantes o mercado cultural e a cultura midiática não atuam como devastadoras das culturas populares. 2) Os atores sociais que estão no plano da experiência não veem as tecnologias midiáticas como sinônimos de destruição e apagamento da memória, da tradição, pois, no caso do Estrela de

Ouro ela tem sido uma aliada na projeção dessa cultura popular. 3) Com a “divulgação” do Maracatu Rural os brincantes puderam sair do corte da cana-de-açúcar para ganhar seu próprio dinheiro com a brincadeira, mesmo que o valor pago seja pouco, eles se sentem valorizados, além do prazer de brincar e ensinar o maracatu.

Todavia, a brincadeira só é reconhecida e apropriada quando as luzes e holofotes do espetáculo se voltam para a apresentação, passando os quatro dias de simulacros, o colorido abre espaço para a quarta-feira de cinzas, isto é, só será lembrada no próximo carnaval.

Por fim, acreditamos que esse trabalho não conseguiu esgotar o entendimento sobre o ativista midiático da folkcomunicação e o mercado cultural, entretanto, esse material serve como base para futuros trabalhos, para o entendimento sobre a complexidade dessas apropriações.

REFERÊNCIAS

ALBERTI, V. **História oral**: a experiência do CPDOC. Rio de Janeiro: Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil, 1989.

AMADO, Janaína e FERREIRA, Marieta M. Usos e Abusos da História Oral. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1996.

AMORIM, Maria Alice & BENJAMIN, Roberto. **Carnaval:** cortejos e improvisos. Recife: Fundação de Cultura Cidade do Recife, 2002.

_____. Improviso: tradição poética da oralidade. In: RIBEIRO, Solange et al. **Literatura e música**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, Instituto Itaú Cultural, 2003, p. 97-134.

ANDRADE, M **.Cartas de trabalho**: correspondência com Rodrigo Melo Franco de Andrade (1936-1945). (Introdução e Notas Lélia Coelho Frota) Brasília: MEC\SPHAN\FNPM, 1981.

ARAÚJO, Hiran. **Carnaval Seis Milênios de História**. Rio de Janeiro: Gryphus, 2003.

ASSIS, M. E. **Cruzeiro do Forte:** A Brincadeira e o Jogo de Identidade em um Maracatu Rural. 1996. Dissertação (Mestrado em Antropologia) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia do Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Pernambuco, Recife.

BARBERO, J. M, Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século . In: MORAES, Dênis de (org). **A sociedade midiatizada.** Rio de Janeiro, Mauad, 2006.

BARRETO, Luiz Antônio. 1994. **Um novo entendimento do Folclore e outras abordagens**. Aracaju: Sociedade Editorial de Sergipe.

BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação na sociedade contemporânea**. Porto Alegre: Comissão Estadual de Folclore, 2004 apud MARQUES DE MELO, José de. **Mídia e cultura popular:** História, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação, São Paulo: Paulus, 2008.

_____. Folkcomunicação no contexto de massa. João Pessoa: Ed. UFPB, 2000.

BENJAMIN, Roberto. A Teoria da folkcomunicação e o pioneirismo de Luiz Beltrão. IN: SCHMIDT, Cristina (org.). Folkcomunicação na arena global. Avanços teóricos e metodológicos. Editora Ductor. São Paulo – SP, 2006: 50-61.

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

_____. **Comunicação e folclore:** um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias. São Paulo: Melhoramentos, 1971.

_____. Folkcomunicação: teoria e metodologia. Cátedra Unesco/UMESP, 2004.

_____. A comunicação dos marginalizados. In: **CADERNOS DE COMUNICAÇÃO**, v. 17. Secretaria Especial de Comunicação Social. Folkcomunicação: a mídia dos excluídos. Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: A Secretaria, 2007. p.41-47. Disponível em: < http://migre.me/izdA4>. Acesso em 10 abr. 2013.

BRANDÃO, Z. **Entre questionários e entrevistas**. In: NOGUEIRA, M. A.; ROMANELLI, G.; ZAGO, N. (orgs.). Família & escola. Rio de Janeiro: Vozes, 2000. p. 171-83.

CASCUDO, Luiz da Câmara. **Dicionário do folclore brasileiro**. Rio de Janeiro: Ministério da Educação e Saúde, Instituto Nacional do Livro, 1982.

CANCLINI, Nestor Garcia. **As Culturas Populares no Capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

_____. **Culturas Híbridas**. Estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo. EDUSP, 1997.

_____. Culturas Híbridas – estratégias para entrar e sair da modernidade. 4. ed. São Paulo: UNESP, 2011.

CASTELLO, José. Cultura. In: LAMOUNIER, Bolívar e FIGUEIREDO, Rubens (Orgs.). A Era FHC: um balanço. São Paulo: Cultura, 2002, p. 627-656.

CERTEAU. Michel. **A invenção do cotidiano**. Artes de Fazer. Tradução de Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

_____. GIARD, Luce. MAYOL, Pierre. **A invenção do Cotidiano**: 2. Morar e Cozinhar. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 1996.

COELHO, Teixeira. A cultura e seu contrário: cultura, arte e política pós-2001. São Paulo: Iluminuras / Itaú Cultural, 2008.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2009.

CHAUÍ, Marilena. **Cidadania Cultural:** O Direito à Cultura.1. ed., São Paulo, Editora Perseu Abramo, 2006.

_____. Cultura e Democracia. **Crítica y emancipación: Revista latinoamericana de Ciencias Sociales**. Buenos Aires: CLACSO. Ano 1, n. 1, p. 53-76, jun. 2008. Disponível em: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/secret/CyE/cye3S2a.pdf> Acessado em 11 ago. 2012.

CUCHE. Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: EDUSC, 1999.

CUNHA, M. B. **Metodologias para estudo dos usuários de informação científica e tecnológica.** Revista de Biblioteconomia de Brasília. Brasília, v. 10, n. 2 (número temático sobre estudo e tratamento de usuários da informação), p. 5-20, jul./dez. 1982.

DAMATTA, Roberto. **A dualidade do conceito de cultura**. O Estado de São Paulo, São Paulo, 19 mai. 1999. Caderno 2, D7.

DEBORD, G., A Sociedade do Espetáculo, Tradução de Estela dos Santos Abreu, Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 1997.

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.

FERREIRA, Felipe. **O Livro de Ouro do Carnaval Brasileiro**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

FERREIRA, M.M.; FERNANDES, T.M.; ALBERTI, V. (org.). **História oral:** desafios para o século XXI. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 2000. 204 p

FREYRE, G. (1934), **Guia prático, histórico e sentimental do Recife**. Recife, The Propagandist (2 ed. 1942; 4 ed. 1968, Rio de Janeiro, José Olympio).

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

HALL, S.A Identidade Cultural na Pós-Modernidade. 7 ed. Rio de Janeiro, RJ: DP&A, 1999.

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

HALL, Stuart; WOODWARD, Kathry; SILVA, Tomaz T. (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

HAMMERSLEY, M.; ATKINSON, P. **Etnografía**: Métodos de investigación. Barcelona: Paidós, 1994.

HOHLFELDT, Antônio**.** Contribuição aos Estudos acadêmicos da folkcomunicação. In: MARQUES DE MELO, J.; TRIGUEIRO, O. M.. (orgs). **Luiz Beltrão**: Pioneiro das ciências da comunicação no Brasil. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB; Intercom 2008, p.77.

GUERRA- PEIXE, César. **Maracatus do Recife**. São Paulo/Recife: Irmãos Vitale/FCCR, 1980. (Col. Recife, v. XIV).

LEFEVBRE, Henri. A irrupção: a revolta dos jovens na sociedade industrial: causas e efeitos. São Paulo: Editora Documentos, 1968.

LUCENA FILHO, Severino Alves de. **Azulão do Bandepe**: uma estratégia de comunicação organizacional. Recife, do autor, 1998.

_____.. **A festa junina de Campina Grande**: uma estratégia de folkmarketing. João Pessoa: Editora UFPB, 2007.

LUYTEN, Joseph - Folkcomunicação, In: QUEIROZ E SILVA, Roberto P. de, coord. - **Temas Básicos em Comunicação,** São Paulo, Paulinas/INTERCOM, 1983, p. 32-34.

LUYTEN, Joseph M. Folkmídia, nova acepção da palavra. Trabalho apresentado no V Folkcom – Santos (SP) – maio de 2002 e no XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom 2002) Salvador (BA) de 01 a 05.09.2002.

LUYTEN, Joseph M. Conceitos de Folkcomunicação. In: MARQUES DE MELO, José. (Org.) Mídia e folclore: o estudo da folkcomunicação segundo Luiz Beltrão. Maringá/São Paulo/ São Bernardo do Campo: Faculdades Maringá. Cátedra UNESCO: UMESP, 2001.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. **Revista Brasileira de Ciências Sociais,** v. 17, n. 49, São Paulo, jun. 2002.

MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações:** Comunicação, cultura e hegemonia 4 Ed., Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

MATTOS, Carmen Lúcia Guimarães de. **A abordagem etnográfica na investigação científica**. UERJ, 2001. Disponível em: < http://migre.me/izb4e>. Acesso em: 15 jan. 2013.

MEDEIROS, Roseana Borges. **Maracatu Rural:** Luta de classes ou espetáculo? Recife: Fundação de Cultura Cidade do Recife. (Coleção Capibaribe 2), 2005.

MARQUES DE MELO, José. **Mídia e cultura popular**: História, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação, São Paulo: Paulus, 2008.

_____. **Folkcomunicação: estratégia de resistência das culturas subalternas**. **Revista Veredas**, São Paulo, v. 03, n. 03, p.343-360, 2004. Disponível em <http://ojs.portcom.intercom.org.br/index.php/comunicacaoveredas/article/viewFile/5285/485 6>. Acesso em: 16 abr. 2013.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. Rio de Janeiro: Hucitec-Abrasco, 1993.

MOREIRA, H.; CALEFFE L.G. **Metodologia da pesquisa para o professor pesquisador**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

OLIVEIRA, Afonso. **Método Canavial:** Introdução à produção cultural. Recife. Associação Reviva, 2010.

ORTIZ, Renato. **A Consciência Fragmentada**. Ensaios de Cultura Popular e Religião. São Paulo: Paz e Terra, 1980.

_____. Cultura brasileira e identidade nacional. 5 ed. São Paulo, SP: Brasiliense, 1994.

PAIS, José Machado. **Vida cotidiana**: enigmas e revelações. São Paulo: Cortez, 2003.

PEREIRA, Nilo de Oliveira. **Pernambucanidade:** alguns aspectos históricos (3 vol.). Recife: Secretaria de Turismo, Cultura e Esportes, 1983.

REAL, Katarina. **O folclore no carnaval do Recife**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco/ Ed. Massangana, 1967.

SILVA, Tomaz Tadeu. Identidade e Diferença: a perspectiva dos Estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

SILVA, V. G. **O antropólogo e sua magia: trabalho de campo e texto etnográfico nas pesquisas antropológicas sobre as religiões afro-brasileiras**, São Paulo: Edusp, 2005.

SOUTO MAIOR, Mário & DANTAS SILVA, Leonardo (org.). **Antologia do carnaval do Recife**. Recife: Massangana, 1991.

SOUSA, Mauro Wilton. A rosa púrpura de cada dia: trajetória de vida e cotidiano de receptores de telenovelas. o Paulo: ECA, USP, 1986. Tese (doutorado emCiências da Comunicação) Escola de Comunicações e Artes, Universidade de SãoPaulo, São Paulo.

SUASSUNA, Ariano. **Manifesto do Movimento Armorial.** Recife, PE: Editora da UFPE, 1974.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. Festas Populares. In: GADINI, Sérgio Luiz; WOLTOWICZ, Karina Janz (Orgs.). Noções básicas de folkcomunicação. Ponta Grossa - PR: UEPG, 2007, p.107-112.

TRIGUEIRO, Osvaldo M. **Folkcomunicação e ativismo midiático**. João Pessoa: Editora UFPB, 2008.

_____. A espetacularização das culturas populares ou produtos culturais folkmidiáticos. In: **Revista Temática**. João Pessoa, v.1, n.1, 2005. Disponível em: < http://migre.me/izqFP> Acesso em:10 fev. 2013.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 2008.

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

VIEIRA, Sévia Sumaia. 1999. **Dinâmica de transmissão e reprodução de um folguedo popular**: o caso do Maracatu Rural Cambinda Brasileira. Recife. 85 p. [Trabalho de Conclusão de Curso] UFPE.

Sites

http://www.associacaoreviva.org.br/
http://www.boidamacuca.org.br
http://www.cabrasdelampiao.com.br/
http://culturapopularecidadania.blogspot.com.br/
http://www.estreladeouro.org/
http://www.funarte.gov.br/ econtro/wp-content/uploads/2011/08/RELATORIO-DE-BOAS-PRATICAS-M%C3%89TODO-CANAVIAL.pdf http://www.funarte.gov.br/encontro/wp-content/uploads/2011/08/RELATORIO-DE-BOAS-PRATICAS-M%C3%89TODO-CANAVIAL.pdf
http://www.mocambos.net/
http://www.nacaocultural.pe.gov.br/
http://www.sambadecoco.blogspot.com/