

‘Espetacularização’ e ‘canibalização’ das culturas populares na América Latina

José Jorge de Carvalho¹

Resumo

Este ensaio oferece um quadro teórico para a compreensão de dois processos estéticos, políticos e econômicos que afetam as culturas populares em praticamente todos os países latino-americanos: a ‘espetacularização’ e a ‘canibalização’. Esses dois processos estão vinculados a uma mercantilização das formas culturais tradicionais, que são expropriadas dos seus circuitos comunitários por agentes externos a serviço do turismo e do entretenimento. Proponho um modelo conceitual para articular as intervenções de todos os agentes envolvidos nessa conjuntura: os artistas populares e suas associações, os organismos do Estado, os pesquisadores e intelectuais, a sociedade civil, os produtores culturais, a indústria cultural, as empresas de turismo e as de publicidade. O objetivo do ensaio é estimular cada vez mais o protagonismo dos mestres, mestras e artistas na preservação e nas dinâmicas de crescimento e transformação das culturas populares.

Palavras-chave: Culturas populares, Espetacularização, Canibalização, Resistência cultural.

¹ Professor de Antropologia da Universidade de Brasília e Coordenador do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia do MCT/CNPq de Inclusão no Ensino Superior e na Pesquisa. Email: carvalhojosejorge@gmail.com

Abstract

This article offers a theoretical framework for the understanding of two aesthetic, political, and economic processes which affect popular cultures in practically all the countries of Latin America: spectacularization and cannibalization. These two processes are connected to a mercantilization of traditional cultural forms which are expropriated of their communal circuits of performance by external agents working for the tourism and entertainment industry. I put forward a conceptual model to understand the articulation of the roles played by all the actors involved in this process: popular artists and their groups, State organisms, researchers and intellectuals, civil society, cultural producers, culture industry, tourism and advertisement industry. The principal aim of the article is to stimulate the growing protagonism of traditional artists in the preservation, expansion, and transformation of popular cultures.

Keywords: Popular culture, Spectacularization, Cannibalization, Cultural resistance.

Introdução

O presente ensaio forma parte de um conjunto de textos – artigos, ementas, intervenções, conferências, notas técnicas – resultantes do meu engajamento, ao longo da presente década, na luta coletiva pela implementação de políticas públicas de apoio aos mestres e mestras das culturas populares e às suas associações. Participei como conferencista do *I Seminário Nacional de Políticas Públicas para as Culturas Populares*, ocorrido em Brasília em fevereiro de 2005 (Carvalho 2005). Esse encontro foi um marco histórico na luta pela afirmação das culturas populares brasileiras, primeiro devido à sua dimensão inédita, ao reunir quase mil mestres, mestras e brincantes na capital do país; segundo, por ter permitido a consolidação de uma plataforma política em que as vozes de mestres e

mestras passaram a fazer parte imprescindível de qualquer projeto de apoio estatal às nossas tradições populares.

Após o Encontro de 2005 participei, a pedido da Secretaria da Identidade e da Diversidade (SID) do Ministério da Cultura, da *Oficina de Planejamento Estratégico das Culturas Populares*, realizada no Rio de Janeiro em março de 2006, a qual avançou na plataforma de reivindicações de mestres e mestras (Carvalho 2006). Em seguida, redigi, também a pedido da SID, o documento de fundamentação do *I Encontro Sul-Americano das Culturas Populares*, ocorrido em Brasília em setembro de 2006 e durante o qual proferi a conferência que serviu de base para o presente texto (Carvalho 2008)².

O *I Encontro Sul-Americano das Culturas Populares* ofereceu uma rara chance de diálogo de pesquisadores com artistas e mestres da cultura popular para avançarmos na construção de um projeto articulado capaz de superar, nos seus vários níveis de complexidade, os problemas enfrentados hoje pelas culturas populares no Brasil e nos demais países da América Latina. O Encontro plasmou um esforço conjunto do Ministério da Cultura, da sociedade civil organizada, da academia, dos produtores culturais e, principalmente, das associações, comunidades e organizações dos próprios artistas populares, na expectativa de promover um florescimento mais pleno e mais digno das tradições culturais do nosso continente.

O tema da ‘espeteracularização’ e ‘canibalização’ foi resultado dos diálogos iniciados após o *I Seminário Nacional para Políticas Públicas para as Culturas Populares*, de 2005. Os dois termos procuram exprimir a percepção e a consciência de que as culturas populares estão sendo expostas a um movimento crescente e contínuo de invasão, expropriação e predação, conectado basicamente com a voracidade das indústrias do entretenimento e do turismo e também com a cooptação de artistas populares por parte de políticos regionais populistas.

Finalmente, em 2007 redigi, também a pedido da SID, a fundamentação do *II Encontro Sul-Americano das Culturas Populares*, ocorrido em

² O tema deste documento suscitou uma entrevista longa concedida em Buenos Aires à *Revista Marea*, em que amplio e ilustro de modo distinto alguns dos pontos aqui desenvolvidos (Carvalho 2007). Todavia, o presente ensaio é uma versão bastante revisada e ampliada do texto inicial.

Caracas em dezembro de 2008. Propus ainda, naquela ocasião, que retirássemos desse segundo encontro de mestres e mestras das tradições culturais de todo o continente uma *Carta Sul-Americana das Culturas Populares*, escrita com a participação de todos os atores envolvidos nesse complexo e rico processo de retomada de nossas tradições como um modo de atualizar (e também de trazer à memória de uma nova geração de artistas e pesquisadores) a famosa *Carta do Folclore Americano*, a qual foi também redigida em Caracas em 1971 exclusivamente por um conjunto de pesquisadores e assim-chamados ‘expertos’ em folclore. Dada a sua importância política e simbólica, reproduzo em anexo essa nova *Carta Sul-Americana das Culturas Populares*.

Hierarquia econômica e hierarquia estética: onde estão as artes ‘populares’ frente as artes ‘eruditas’

Afirmo, de saída, que uma reflexão consistente sobre os problemas específicos das culturas populares pressupõe o acesso público e transparente ao quadro total dos gastos do Ministério da Cultura para apoiar as várias atividades artísticas e culturais do país. É preciso conhecer exatamente o lugar econômico ocupado por cada um dos diversos estilos de expressão cultural (erudita, popular comercial, tradicional ou folclórica) e avaliar o discurso de igualdade e cidadania para todos, projetado pelo governo federal.

Essa demanda por transparência se impõe como inevitável porque, quando a cultura popular é convertida em espetáculo ‘desterritorializado’ (isto é, deslocado de sua comunidade ou circuito de origem), ela passa a ganhar valor diante de consumidores de classe média urbana que podem transitar também por outras atividades culturais, como a Bienal de São Paulo, a Orquestra Sinfônica do Teatro Nacional do Rio de Janeiro, os Festivais (nacionais e internacionais) de Dança, Música e Teatro, etc. Deve-se então indagar quanto vale a cultura popular na visão do Estado brasileiro. Quem definiu, e com que critérios, que a cultura popular recebe sempre um apoio tão menor que o oferecido até hoje à arte eru-

dita ou à arte popular comercial? E, quanto rende a cultura popular como produto ou serviço oferecido pela indústria do entretenimento?

A dimensão estética não pode ser reduzida à dimensão econômica, mas também não pode ser analisada sem tomar a economia em conta. Sabemos que existe uma hierarquia no valor alocado às diferentes formas de expressão cultural – e um dos modos de medir essa diferença de prestígio é o preço que se paga pela *performance* dos diferentes grupos culturais. Por exemplo, ensinamos nas aulas de Antropologia que uma sinfonia de Beethoven não é melhor nem pior que um auto completo de Cavalinho. Este sistema de valores, em princípio mais democrático, quando contrastado com os valores aristocráticos e burgueses que defendiam a superioridade da cultura erudita, é o que definimos como relativismo cultural, ou pluralismo estético. Contudo, esse relativismo não explica por que é preciso pagar R\$ 100.000,00 por mês para um maestro da Orquestra Sinfônica de São Paulo e apenas R\$ 1.000,00 para um mestre de Cavalinho. Essa discrepância de valor não se explica pelo mercado – pelo contrário, ela é o resultado de uma estrutura estatal de prestígio que foi imposta pelas elites do país desde o Brasil Colônia. Enquanto colocarmos a discussão apenas no culturalismo, estaremos escamoteando a hierarquia de prestígio que nós mesmos criamos e reproduzimos. Além disso, o que assegura a reprodução dessa desigualdade é precisamente o ‘silenciamento’ (ou mesmo censura) desse tema.

Já mencionamos as diferenças de salário de um mestre ou uma mestra para um maestro. Outro exemplo escandaloso dessa discrepância, ainda sob a perspectiva das verbas públicas destinadas à música popular comercial, foi o cachê, de R\$ 400.000,00, pago pela Prefeitura Municipal do Recife aos cantores Sandy & Júnior, para um show de Natal, em dezembro de 2004. Essa mesma prefeitura pagou, três meses depois, apenas R\$ 800,00 para cada grupo de Maracatu que se apresentou no Carnaval recifense de 2005. Não importa o que diga a Prefeitura acerca da importância do Maracatu para a cultura pernambucana, o fato concreto é que o cachê de Sandy & Júnior (independente inclusive de qualquer discussão sobre estética musical, mas fixando-nos apenas na dimensão econômica e social do circuito artístico de indústria cultural de massa ao qual eles pertencem) seria suficiente para sustentar todas as organizações de folguedos populares na região do Recife e de Olinda por vários anos. Ao invés disso, o que aconteceu foi um aprofundamento da

desigualdade entre a música popular de massa e as tradições musicais de raiz africana.

Para definir minimamente o campo em discussão, as culturas populares podem ser concebidas, em termos gerais, como um conjunto heteróclito de formas culturais – música, dança, autos dramáticos, poesia, artesanato, ciência sobre a saúde, formas rituais, tradições de espiritualidade – que foram criadas, desenvolvidas e preservadas pelos milhares de comunidades do país em momentos históricos distintos. Elas se apresentam independentes umas das outras, ainda que em simultaneidade, todas com relativa autonomia em relação às instituições oficiais do Estado, embora estabelecendo com elas relações constantes de troca e delas recebendo algum apoio eventual ou intermitente. As culturas populares distinguem-se também do que chamo de cultura popular comercial por não necessitarem dos implementos da indústria audiovisual, nem para a sua concepção, nem para a sua produção, nem para a sua circulação no contexto em que foram criadas e em que são preservadas³. Nesse sentido, pautam-se por um princípio de autonomia na frugalidade, na medida em que se reproduzem utilizando seus modestos recursos materiais e vastos recursos simbólicos e tomando em conta seus ritmos próprios de continuidade, mudanças e transformações. Em um nível diferente de abstração, podemos dizer que a autogestão e a auto sustentabilidade comunitárias são os princípios que organizam a produção das culturas populares, enquanto a oralidade é o seu meio predominante de expressão e de transmissão. Dialogando com o tema da resistência simbólica e política, já tratado por tantos autores, digamos que a marca fundante da cultura popular na América Latina tem sido a sua capacidade de resistir à pressão das elites para homogeneizar uma cultura nacional segundo a perspectiva da cultura erudita ocidental. Inclui-se nessa perspectiva homogeneizadora o cristianismo, como cosmovisão dominante

³ Para mim, a música popular comercial constitui aquele universo de gêneros musicais que já nascem integrados à indústria fonográfica. Por sua vez, as expressões musicais ligadas às culturas populares são criadas e preservadas pelos grupos e pelas comunidades e, mesmo que sejam eventualmente difundidas também através da gravação, não mantêm uma dependência orgânica com a indústria fonográfica, como é o caso da música popular comercial.

e a religião católica, como instituição paraestatal de controle simbólico das populações.

Ao falar de resistência das culturas populares, podemos pensar em dois processos principais: por um lado, um embate aberto com o Estado que procurou dirigir e controlar as expressões simbólicas em uma direção distinta dos valores estéticos e espirituais das classes populares. Uma vez pressionados a conformar, artistas populares resistiram à unilateralidade estatal e negociaram posições, direitos e deveres, lançando mão de vários modos de organizar seus interesses artísticos próprios. Daí ser possível conceber a tradição cultural popular como uma tradição de instituições culturais populares, com suas pedagogias e hierarquias distintas daquelas impostas à população por meio dos aparelhos ideológicos do Estado. O outro modelo de resistência consistiu em aproveitar as brechas, as lacunas e as cegueiras das elites estatais, que não perceberam ou não julgaram de interesse controlar certas expressões simbólicas. Assim, foi mais fácil para as classes populares mantê-las por mais tempo por meio de uma estratégia consciente de ocultamento, invisibilização, disfarce ou camuflagem.

O percurso das culturas populares no último século é, portanto, análogo à história de todos os biomas brasileiros, como no caso atual da floresta amazônica: um por um, nossos biomas foram sendo predados pela expansão do sistema econômico desigual e excludente que é nossa marca de sociedade desde 1500. Nos primeiros séculos dessa invasão, a maioria das expressões artísticas e as técnicas de espiritualidade não-cristãs dos povos indígenas, dos africanos escravizados e das classes populares permaneceram sem maior interesse de exploração por parte da elite branca controladora do Estado, da economia e dos meios de produção. Aquelas tradições foram simplesmente silenciadas ou exterminadas em nome de um projeto de dominação cultural intolerante, a um só tempo eurocêntrico e católico ‘romanizador’.

Atualmente, assistimos a um interesse crescente por manifestações populares, que por muito tempo não haviam despertado a atenção das classes dominantes nacionais, nem da indústria do entretenimento.

Quando essa indústria (apoiada pelo Estado e mediada pelos segmentos de classe que controlam suas principais instituições) avalia que certos clichês e certas modas da cultura popular comercial começam a declinar, nessa espécie de bolsa de valores de bens estéticos e simbó-

licos do mundo (bolsa evidentemente informal, à qual pertence Hollywood), ela passa a procurar expressões culturais tidas como ‘virgens’, ‘remotas’ ou ‘exóticas’, que possam ser transformadas em novos bens simbólicos e estéticos comercializáveis⁴. Para isso, coloca todas as tecnologias audiovisuais a serviço da mobilização cultural. Primeiro, coloca-os sob a lupa do *marketing*, para avaliar o potencial econômico do ‘exótico’; e depois, frente aos holofotes do entretenimento, para que passem a render dividendos para os produtores e os empresários.

Vale ressaltar que artistas populares não são vítimas apenas da classe política e da indústria do entretenimento, mas também de acadêmicos e de intelectuais. Afinal, nossa reflexão sobre o tema da predação e da mercantilização da produção cultural, além de escassa e fragmentária, está datada em relação à situação atual das culturas populares. A maioria dos pesquisadores ainda trata este assunto a partir de uma teoria do hibridismo e da negociação de sentido, que sustenta uma ideia nada realista de mútua influência e reciprocidade.

Essas dimensões de troca certamente existem, porém não conseguem eliminar as perversidades e as manipulações a que são expostos mestres e mestras, em seus contratos de apresentação e gravação de discos com as produtoras, ou em suas parcerias com as secretarias municipais e estaduais de cultura para projetos culturais e educativos.

No ponto em que estamos atualmente, já não faz sentido falar em culturas híbridas ou em trocas culturais sem tomarmos em conta as gritantes assimetrias de poder no campo da cultura.

Um sintoma claro da predação cultural é o fato de que, por muito tempo, apenas os brinquedos e folguedos que tinham um caráter realmente laico, ligados às festas voltadas para a confraternização e a diversão eram as expressões que mais interessavam às elites. A partir das últimas décadas, porém, a classe média urbana consumidora de espetáculos avançou mais em direção às culturas populares.

Consequentemente, muitas manifestações devocionais, que se mantinham até então intocadas, também estão sendo submetidas, em meio a essa nova onda de predação cultural, ao escrutínio mercantili-

⁴ Utilizo a metáfora da bolsa de valores porque de fato as produções de Hollywood e das megacorporações da indústria audiovisual se sustentam no mercado de ações.

zador dos produtores e dos interesses de manipulação da classe política. No momento presente, então, uma grande parte da cultura popular sofre uma pressão sem precedentes para ser espetacularizada.

‘Espetacularização’

Defino ‘espetacularização’ como a operação típica da sociedade de massas, em que um evento, em geral de caráter ritual ou artístico, criado para atender a uma necessidade expressiva específica de um grupo e preservado e transmitido através de um circuito próprio, é transformado em espetáculo para consumo de outro grupo, desvinculado da comunidade de origem. O termo espetáculo, com sua raiz *specis*, de olhar, vem do latim que significa, basicamente, “tudo o que chama a atenção, atrai e prende o olhar” (Cunha 1982). Dessa raiz derivou-se uma enorme gama de termos vinculados à ideia de distanciamento e objetificação de tipo ocularista: *spectator*, aquele que vê, é o espectador que aprecia o *spectaculum*, a festa pública ou espetáculo. E se *speculum* é o espelho, aquele que observa pode também dedicar-se à *speculatio* e especular, isto é, realizar um escrutínio objetificador a respeito do outro que para ele se espetaculariza, ou por sua própria decisão ou porque foi, por sua vez, espetacularizado a serviço de um terceiro (Chauí 1988).

O processo de transformar eventos públicos (sociais ou comunitários) em espetáculo possui uma longa história e o exemplo mais óbvio seria o circo romano: o espetáculo dos gladiadores no Coliseu tornou-se símbolo da ideia de entretenimento, alienação e manipulação das massas exploradas e excluídas do poder político. Também na Europa pós-Renascença, os autos-de-fé da Inquisição, as execuções e linchamentos dos déspotas franceses, as coroações barrocas, eram eventos concebidos como espetáculo para as massas. Contudo, um novo sentido de espetáculo surgiu no início do século XIX com a sociedade de massa da era urbano-industrial, que passou a ser manipulada tanto pelo Estado como pelo capital por meio da indústria cultural.

Resumindo um tema complexo, a ‘espetacularização’ das instituições públicas e privadas no mundo moderno ocidental é um processo derivado diretamente de várias revoluções tecnológicas coetâneas ao alto

capitalismo, as quais se acumularam e se articularam seguidamente a partir da segunda metade do século XIX: a invenção da fotografia, as grandes lojas de departamentos, a circulação das revistas de moda, o fonógrafo, a expansão das rádios e do cinema e finalmente a invenção da televisão. No momento em que se impôs uma indústria audiovisual poderosa na vida urbana, foi então possível espetacularizar não apenas o poder, como já havia sido feito antes, mas também os aspectos mais privados da vida individual e em sociedade.

A ‘espetacularização’ é um processo multidimensional. Para começar, implica em um movimento de captura, apreensão e mesmo de confinamento. Trata-se de enquadrar, pela via da forma, um processo cultural que possui sua lógica própria, cara aos sujeitos que o produzem, mas que agora terá seu sentido geral redirecionado para fins de entreter um sujeito consumidor dissociado do processo criador daquela tradição. A metáfora básica do olhar (‘ver o evento’ e não participar dele, a não ser apenas como *voyeur*, o espectador que não se expõe nem se entrega) aponta para uma atitude de distância, de não envolvimento. Ver a brincadeira espetacularizada é, a um só tempo, consumi-la e defender-se dela, para que não seja capaz de influenciar o horizonte de vida do consumidor. E, na medida em que essa influência de fato não sucede, o espetáculo fica esvaziado do seu poder maior, que seria o de irromper no horizonte existencial do sujeito que se expõe ao seu campo expressivo e então transformar o sentido de sua existência. Assim definido, o espetáculo moderno aproxima-se da ideia de vivência, que Walter Benjamin opunha à ideia de experiência. Enquanto a experiência aponta para um impacto existencial no indivíduo (de cunho estético, emocional, intelectual, espiritual, afetivo) que ajuda a reconectá-lo com a comunidade a que pertence e com a sua tradição específica, permitindo-lhe um maior enraizamento do seu próprio ser, a vivência é o fenômeno típico do mundo moderno urbano-industrial massificado, caracterizado pela ausência de profundidade histórica e tradicional dos eventos e, conseqüentemente, por sua superficialidade e fugacidade, tanto no nível individual como no coletivo. Espetacularizar significaria, então, entre outras coisas, dissolver o sentido do que é exibido para deleite do espectador (Benjamin 1985a, 1985b).

Dizer que as culturas populares são espetacularizadas significa afirmar a existência de vários processos simultâneos:

- a) Que elas são descontextualizadas segundo os interesses da classe consumidora e dos agentes principais da ‘espetacularização’;
- b) Que elas são tratadas como objeto de consumo; e, mais complexo ainda, como mercadoria. Passam, assim, do valor de uso com que se inscrevem no contexto das comunidades que as criam e reproduzem, para se tornar valor de troca, passíveis de serem mais ou menos importantes a depender dos padrões de desejo e de fruição dos consumidores que as escolhem e identificam;
- c) Que são ressignificadas de fora para dentro. Serão os interesses embutidos no olhar do consumidor que definirão o novo papel que passarão a desempenhar. Trata-se aqui de uma operação muito distinta das eventuais e múltiplas ressignificações que são provocadas de dentro, ou seja, pelos próprios artistas populares no contexto das comunidades onde atuam.

Esse formato de espetáculo de que falamos inverte a lógica de subjetivação proposta pela indústria audiovisual. No caso da publicidade e do cinema, o espectador é capturado pela mirada que lhe é lançada pelos sujeitos representados na tela, no outdoor ou na foto da revista. A condição de sujeito, isto é, o protagonismo principal (ou a agência, como querem alguns teóricos) está, neste caso, no palco e não na plateia.⁵ Inversamente, no caso das culturas populares, os artistas chegam ao palco através de uma operação de captura *escópica*, quase sempre como um coletivo que se apresenta em uma condição de objeto para deleite dos sujeitos consumidores.

⁵ Esta é basicamente a teoria lacaniana da subjetivação pela imagem, aplicada por Stuart Hall para os processos individuais de identificação e para as políticas de representação de identidades sociais (Hall 1997) e por Kaja Silverman para a cultura visual em geral (Silverman 1995).

A ‘espetacularização’ é o poder do olhar, que pode ser construído de fato como dois poderes opostos e conflitantes. Por um lado, o poder do espetáculo pode ser o poder de quem olha e é olhado, como é o caso do poeta popular que recita na feira, dos brincantes de uma folia que se deslocam tocando e cantando pelo povoado, ou dos dançarinos que se apresentam em seu ambiente comunitário. Em todos esses casos, artista e público se olham em um espaço comum e familiar aberto às trocas, inclusive de posições, entre quem olha e quem é olhado.

A ‘espetacularização’ possui um outro lado, predador, ou objetificador, que é o olhar que não se sabe olhado por aquele que comanda o seu olhar; e que é também o olhar daquele que se recusa a ser olhado. Este é o olhar do consumidor, que não pode suportar o espelho da sua condição objetificada de sujeito para o consumo. Esse olhar que se recusa a ser olhado é o mesmo que, contraditoriamente, torna-se prisioneiro da fantasia de que será olhado com um olhar de aceitação por parte daquele a quem olha como objeto de seu entretenimento. É esse tipo de olhar que produz o consumidor, sujeito-objeto da vida em uma sociedade espetacularizadora⁶.

Há que mencionar aqui dois dos principais teóricos do espetáculo nas sociedades ocidentais contemporâneas: Guy Debord, autor do clássico *A Sociedade do Espetáculo* (Debord 1997) e Jean Baudrillard, autor de textos igualmente clássicos sobre o tema, entre eles *A Sociedade de Consumo* (Baudrillard 1975). Ainda que inspiradores, esses dois autores se distanciam parcialmente da presente discussão sobre a ‘espetacularização’ por dois motivos que se complementam. Primeiramente, porque ambos partem do princípio de que o esvaziamento de sentido trazido por esse capitalismo espetacularizante é generalizado; e em segundo lugar, porque sua leitura, ainda que útil para entender muitos dos dilemas contemporâneos da cultura na América Latina, concentra-se nas expressões culturais das sociedades industriais avançadas do mundo ocidental (Europa e países ricos anglo-saxões), sociedades que não possuem mais (como já tiveram no passado) o rico circuito das culturas populares que é uma marca tão forte das nossas sociedades latino-americanas.

⁶ Teorizei esse lugar trágico do consumidor em outro ensaio (Carvalho 2000).

Em resumo, Debord e Baudrillard dissecam o vazio de uma sociedade inteiramente espetacularizada, enquanto procuro aqui teorizar os dilemas da ‘espetacularização’ de algumas das expressões culturais populares, processo mais recente e ainda passível de intervenção.

Devemos ser conscientes de que ainda contamos no Brasil com inúmeros gêneros de espetáculos de cultura popular que são produzidos e absorvidos pelas comunidades a que pertencem os artistas populares. Em síntese, muitos das performances de grupos de Cavalo Marinho, Cabocolinhos, Sambas de Roda, Côco de Zambê, entre tantas outras, ainda não foram absorvidas pelo circuito da ‘espetacularização mercantilizadora’ que já dominou completamente o espaço vital dos membros das sociedades industriais avançadas, sobre as quais aqueles autores escreveram.

A ‘espetacularização’ da política, como um processo de dimensões mundiais, alcançou seu paroxismo nas últimas décadas, como no caso das campanhas estaduais e presidenciais em vários países, tanto no Primeiro como no Terceiro Mundo. As eleições são, portanto, como diz Jean Baudrillard, carnavalizadas – e o verbo carnavalizar já aponta para a retirada da dimensão de seriedade do fenômeno, ao mesmo tempo em que funciona como a referência típica do espetáculo da moderna sociedade de massas: turístico, narcotizante, mercantilizado. No nosso caso, a intensidade da ‘canibalização’ e da ‘espetacularização’ é ainda um fenômeno relativamente recente e confinado predominantemente a um nicho específico dentro da indústria do entretenimento.

À primeira vista, o processo de ‘espetacularização’ coloca artistas populares na condição de objeto: deverão apresentar-se, alterando as bases de seus códigos específicos, para deleite de espectadores de classe média, em seus momentos de consumo de lazer ou cultura de turismo.

Colocados no palco, são objetificados pelo olhar desses sujeitos que se entretêm. Visto o processo mais de perto, porém, também os espectadores são objetificados pelos mesmos agentes que contratam os artistas populares. Afinal, brincantes, ainda que objetificados, são sujeitos que seduzem espectadores, que passam agora a ser objetos dessa sedução. Isso aponta para a estrutura subjacente de assujeitamento de artistas e de público, estrutura que é produzida e controlada pela indústria do entretenimento ou pela ordem política que contrata o espetáculo. Há um

sujeito oculto (e hegemônico) nessa interação espetacularizada: trata-se do produtor cultural ou do político ou empresário contratante.

Podemos regressar aqui de novo ao exemplo clássico do Coliseu romano. Se os gladiadores eram objetos de entretenimento para as massas, essas por sua vez eram também objeto de manipulação por parte das elites do poder, que as controlavam ao oferecer-lhes o espetáculo da morte exposta na arena. O sujeito do poder assujeitava simultaneamente os gladiadores e a massa de subalternos, colocando ambos em uma condição de objetos segundo os interesses daquele poder. Assim, independente e acima do fato de que tanto os gladiadores quanto a massa de espectadores fossem, mutuamente, sujeitos e objetos, respectivamente, uns para os outros, essa simetria de posições cessava quando se relacionavam com o poder que instituiu o Coliseu. O poder construía, através do espetáculo, tanto os que se apresentavam quanto aqueles que os assistiam. A única possibilidade de alcançar a condição plena de sujeito se dava através da rebelião, tema praticamente intocável nas alternativas atualmente colocadas para mestres das culturas populares em suas relações com o Estado e com a indústria do entretenimento.

Tomar em conta esse duplo processo de objetificação ajuda-nos a compreender os determinantes da interação entre espectadores de classe média e artistas populares que se apresentam para entretê-los. Ambos se encontram, trocam olhares e são mutuamente olhados (espectadores para consumir, artistas para seduzir) em um espaço definido não mais inteiramente por eles. Caso a apresentação seja contratada pelos poderes públicos, serão eles que tentarão orientar, para seu benefício, o sentido e os limites dessa interação; e quando se tratar de um evento apenas comercial, serão os produtores que procurarão estabelecer os contornos precisos do evento segundo a lógica da mais-valia.

Essa estrutura específica da ‘espetacularização’ das culturas populares condiciona e dificulta a formação de alianças políticas entre artistas populares e classe média. Apesar de aumentar a proximidade entre os dois grupos, ambos são assujeitados (como espectadores e gladiadores do Coliseu romano ou assistentes e participantes de um *reality show*, por exemplo), por um lado, pelas condições do espetáculo que nenhum dos dois controla e às quais lhes cabem responder e reagir segundo limites muito estreitos.

Nos dois casos aqui mencionados, os consumidores não podem muito mais que escolher com que gladiadores ou com que participantes do *reality show* irão se identificar, positiva ou negativamente. Por outro lado, no que tange aos ‘artistas’ desses eventos (lutadores e pretendentes ao prêmio final), sua escolha é ainda menor, pois está condicionada ao enfrentamento com os concorrentes e à reação do público consumidor a esse enfrentamento.

Em suma, não se deve falar da ‘espetacularização’ sem colocar o tema da rebelião. Nem o populismo político, nem o capitalismo do entretenimento permitirão que artistas populares possam expandir suas tradições sem que sejam expropriadas, espetacularizadas ou canibalizadas. Também não permitirão à classe média urbana, por mais bem intencionada que esta seja, a possibilidade de apreender os códigos estéticos e espirituais contidos nas expressões da cultura popular de modo a infundir outras dimensões às suas vidas.

A ‘espetacularização’, assim concebida, é um fenômeno não apenas estético-simbólico, mas também econômico, social e político. As injunções estéticas e econômicas impostas a artistas populares pela indústria do entretenimento já estão razoavelmente descritas e avaliadas.

Em algum momento, contudo, será preciso abrir a discussão com os mestres e as mestras acerca das injunções estritamente políticas que condicionam a ‘espetacularização’ das suas expressões artísticas. Se grupos e associações correm o risco de descaracterização (diante dos olhos da própria comunidade, inclusive) e perda de sua autonomia estética, simbólica e espiritual, isso se deve também à cooptação de mestres e mestras por parte das classes políticas locais e regionais.

Como é possível que tradições culturais populares tão ricas e tão intimamente conectadas com a vida das comunidades em que florescem sejam colocadas a serviço da legitimação de populismos estaduais e municipais corruptos? No caso do Maranhão, por exemplo, José Sarney e Roseane Sarney construíram, ao longo de três décadas, uma relação de aparente cumplicidade com mestres e mestras da cultura popular, o que não os impediu de deixar o estado entre os mais injustos socialmente do país, com os piores índices nacionais de desenvolvimento humano. E muitos mestres e mestras da Bahia foram também cooptados pelo mesmo tipo de populismo corrupto capitaneado por Antônio Carlos Magalhães.

Ao longo de 40 anos o *carlismo* conseguiu projetar uma imagem espetacularizada da chamada ‘cultura popular baiana’, enquanto os índices sociais do estado chegaram a ficar entre os três mais baixos do país, ao lado justamente do Maranhão. Essa mesma pergunta pode ser colocada para mestres e mestras de outros estados e municípios: as expressões locais de cultura popular ajudaram a legitimar regimes estaduais e municipais corruptos e injustos e assim perpetuar seu controle sobre os estados e os municípios. E foi justamente nos últimos vinte anos, desde o início da chamada ‘Nova República’, marcada pelos populismos regionais corruptos, que as culturas populares mais têm sido espetacularizadas.

Obviamente, a mesma pergunta pela cooptação deve ser dirigida aos ativistas políticos, aos funcionários públicos federais, estaduais e municipais, às ONGs que trabalham na área da cultura popular, aos produtores culturais, aos jornalistas e também a nós, intelectuais e acadêmicos. ‘Canibalização’ e ‘espetacularização’ somente são possíveis através da participação de vários atores, seja na produção e divulgação dos eventos, na mediação e na negociação com a comunidade e, finalmente, na justificação (em vez da crítica e da contestação) do uso da cultura popular em espaços extracomunitários, com fins de mercantilização ou de propaganda de regimes políticos.

O que não pode deixar de ser colocado é a parte desse problema complexo que toca mais diretamente aos próprios artistas populares. Sabemos que não são eles os primeiros responsáveis pela ‘espetacularização’ profanadora: afinal, a desigualdade de poder, o baixo índice de cidadania e a carência material extrema de 99% dos brincantes dificultam a decisão do grupo de recusar ofertas para apresentações, mesmo quando tenham que ceder sobre aspectos importantes das tradições.

Por sua vez, não é possível colocar a todos os mestres e as mestras na condição de vítimas absolutas da falta de escrúpulos dos demais agentes envolvidos no processo de expropriação. A questão central é que essa estrutura de cooptação somente funcionou bem para os políticos e os produtores culturais. Ainda que alguns mestres, mestras e brincantes tenham melhorado um pouco de padrão de vida pelos apoios recebidos, as comunidades que abrigam essas tradições populares cooptadas continuam pobres (e algumas miseráveis) até hoje. Talvez os três governa-

dores mencionados tenham contribuído para dar uma maior visibilidade às manifestações culturais dos seus estados, mas suas administrações não resultaram em nenhuma ampliação significativa do acesso à cidadania para as classes populares que preservam essas tradições.

Retomando um ponto anterior, pensemos nos efeitos das tecnologias de ‘espetacularização’, desde o início do século XX até os dias de hoje. O cinema se construiu como um intertexto e uma forma de expressão multimídia. Desse modo, passou rapidamente a funcionar, desde a segunda década do século passado, como um ‘mega-discurso’ para o qual convergiram outras linguagens artísticas e expressivas: fotografia parada, fotografia em movimento, artes sonoras, literatura, teatro, arquitetura, paisagismo, decoração, moda. Obviamente, a capacidade de gerar espetáculo com as formas concretas de vida se intensificou a partir dos anos 1950 com a expansão dos programas de televisão, que puderam reproduzir e recriar a representação espetacular da vida produzida pelo cinema⁷.

A televisão reproduz e intensifica o efeito ideológico das narrativas do cinema, tornando-as infinitamente mais invasivas na vida cotidiana devido à grande mobilidade do aparelho de TV. Além disso, sintetiza o intertexto cinematográfico básico em séries e telenovelas, porém maximizando os elementos visuais de mais fácil identificação com o público (os primeiros planos, por exemplo, a ênfase nos rostos, a câmera fixa, os interiores e os exteriores empobrecidos de signos).

A partir dos anos 1960, acredito que a publicidade converteu-se no ‘mega-discurso’ que articula todos os gêneros de produção cultural conectados diretamente com o espetáculo (o cinema, a televisão, a fotografia e os shows de música e dança). A publicidade articula com eficácia todos os formatos narrativos e todos os meios de comunicação existentes, sejam eles materiais ou imateriais, estáticos ou cinéticos. Por sua vez, enquanto todos os outros meios ainda guardam suas especificidades expressivas (o disco, o rádio, o cinema, a televisão, a revista, o pôster, o banner, o cartaz, o decalque), a publicidade não se preocupa com limites e por isso é o reino da ‘espetacularização’ levada ao extremo: qualquer

⁷ Neil Gabler (1998) mostra, em um ensaio bastante original sobre a indústria cultural norte-americana, como a representação espetacularizada da vida no cinema transformou a própria vida em um espetáculo de cinema.

meio e qualquer formato narrativo pode ser atrofiado, subvertido ou hipertrofiado, sem nenhuma fidelidade às características técnicas de produção estética e simbólica que justificaram previamente a necessidade de inovação que eles representam.

Paralelamente, para a publicidade qualquer forma cultural já estabelecida não passa de matéria prima a ser manipulada na construção de uma campanha: o mesmo valor instrumental é atribuído a um balé, um reisado, um tear tradicional ou o trecho de um filme clássico. Resta avaliar as consequências, que são distintas, para cada uma dessas formas culturais quando elas são formatadas segundo os interesses da publicidade. No caso das expressões de tradição oral, elas certamente não saem ilesas da ‘espetacularização’ publicitária, pois seu senso estético e espiritual está calcado em elementos alheios à indústria audiovisual moderna, universo delas antitético, que gerou o mundo informe da publicidade, surgida que foi na época em que declinaram, nos países industriais avançados, as formas orais de cultura popular.

Fazer publicidade de um produto, de uma pessoa ou de um evento é representá-lo como um espetáculo prazeroso aos olhos e aos ouvidos, independente do conteúdo ou do significado específicos que possam ser transmitidos pelo evento, pelo produto ou pela pessoa ou grupo de pessoas focalizadas pela campanha publicitária. É importante lembrar que todas as instituições complexas e especializadas de uma sociedade de massa, com as dimensões da sociedade brasileira, dependem da publicidade: o poder político faz propaganda de si mesmo, as expressões artísticas, os produtos industriais, o comércio, as instituições educativas (privadas e públicas), as igrejas hegemônicas (católicas e protestantes), o esporte, os sistemas de transporte, os meios de comunicação – e, obviamente, a indústria da publicidade faz propaganda de si mesma.

O centro vital do discurso publicitário é o espetáculo: *exteriorizante*, estridente, egolátrico, profano, hiperbólico, enganoso, sedutor, inconsequente (são campanhas ‘publicitárias’, afinal: nada nesse mundo é feito para durar) e o que é ainda mais crucial: controlador do sentido. O sentido específico básico, singular, de cada evento, produto ou pessoa é neutralizado pela indústria da publicidade no momento em que é formatado como espetáculo. Voltando ao tema da cultura popular, quando um folguedo popular é reformatado para atender às demandas do consumo,

o sentido que transmite quando é encenado no espaço comunitário tende a desaparecer. A ‘espetacularização’ atua assim como se fosse uma tradução realmente traidora (lembramos da célebre expressão italiana: *traduttore/tradittore*), pois o espectador assimila um sentido enganosamente distante do que acredita ser o original.

Essa ideia do entretenimento refere-se a um momento de pausa diante de um mundo já desencantado e laico, no qual as pessoas estão saturadas por um horizonte de vida não satisfatório, com pouco retorno de gozo além da entrega ao trabalho e à gratificação financeira dele derivada. Entreter é ‘ter entre’, isto é, possuir no intervalo. É experimentar a ilusão de que se é dono daquela manifestação durante um curto espaço de tempo. É possuir algo no momento fugaz entre dois vazios. A indústria que mais organiza esse entreter como ilusão de posse provisória é a indústria do turismo. Não é à toa que, ao pensarmos na história recente dos ministérios nos nossos países, percebemos que praticamente no mundo inteiro o turismo se torna cada vez mais uma questão de Estado, de geopolítica e de capital. O turismo funcionaria supostamente como um estimulador e um regulador do consumo – de pessoas, coisas, lugares, eventos – e da convivência, de modo a satisfazer as necessidades de ambos.

A partir do momento em que a indústria cultural começa a organizar espetáculos de cultura popular surgem as negociações, em termos quase sempre desiguais, entre os produtores e os artistas populares. Esse regime capitalista das negociações tem como referência os parâmetros retirados de outros tipos de espetáculos, de expressões culturais que já se consolidaram em simbiose com a indústria cultural nas sociedades de massa. Estas expressões não são problemáticas para os artistas que já se formaram nesse meio mercantilista, mas invariavelmente acarretam em perdas, simplificações e deformações para as expressões culturais tradicionais.

Dentro da lógica do entretenimento, negocia-se quase tudo com mestres da cultura popular: o tamanho do grupo que irá se apresentar (número total e tipos de brincantes); que partes da manifestação serão excluídas (o que afeta diretamente o sentido do evento); e acima de tudo, o tempo de duração do espetáculo. Por exemplo, um determinado espetáculo popular pode incluir como parte constitutiva do drama desenvolvido uma dimensão devocional, meditativa ou contemplativa; ou, no

sentido inverso, outra dimensão mais próxima do erótico ou do grotesco. Todavia, um contratante pode adotar uma lógica purista ou superficial de espetáculo e decidir domesticar os significados moralmente mais desafiantes da obra, excluindo aspectos considerados incômodos ou inconvenientes para o grupo interessado em consumi-la. Em outros casos, pode ser tentado a manipular os mitos fundantes da obra, de forma que seus aspectos mais sublimes, devocionais e transcendentais, que provavelmente exigiriam um esforço maior por parte do consumidor para alcançá-los, sejam retirados, deixando em seu lugar os aspectos considerados mais fáceis de assimilação. Essa interferência com fins mercadológicos na dimensão do sublime e do transcendente, transforma grande parte dos espetáculos de cultura popular em meras histórias de aventuras, violência, humor e erotismo, dimensões que já fazem parte da fantasia do consumidor e que passam a ser hipertrofiadas nas apresentações espetacularizadas.

Desse modo, um espetáculo que se moveria entre a introspecção e a exposição, pode se transformar em espetáculo de pura exposição e externalidade. Ou então, se mudar o contratante, pode suceder o inverso e as arestas dionisíacas serão polidas para que o resultado seja um espetáculo contido. Essas negociações, que dizem respeito a escolhas na área da arte e da espiritualidade, vão se transformando em negociações financeiras: incluir (ou não) sensualidade ou recato pode (ou não) trazer lucro para o contratante. É assim que a dimensão do lucro passa a organizar a emergência do simbólico e do estético popular na perspectiva dos espectadores.

Existe também uma esfera de negociação entre os grupos de cultura popular e as instâncias do Estado. Artistas populares negociam recursos a partir do que poderíamos chamar de parâmetros do público, ou parâmetros sociais, de interesse comum. Separado dos interesses mercadológicos canibalizadores e espetacularizadores, o espaço da expressão cultural pode ser também um espaço de construção de Cidadania.

Esse mesmo avanço na ‘espetacularização’ e na expropriação dos gêneros tradicionais vem sendo feito pela classe política e pela indústria do entretenimento em praticamente todos os países latino-americanos.

Tal movimento de consumo atende simultaneamente às classes médias nacionais e aos turistas estrangeiros, principalmente do Primeiro Mundo.

Um dos fetiches mais vendidos para esses consumidores é o corpo dos artistas populares, exibido como uma imagem estetizada para o prazer do espectador. O corpo da cultura popular que canta, dança, recita, sorri, veste-se com singeleza, elegância, bom gosto e naturalidade, entra em êxtase, explode de alegria e vitalidade, passa a ser um bem escasso em um mundo desencantado, que submete os corpos de quem trabalha, seguindo essa lógica capitalista cada vez mais excludente e desumanizada, à repressão, à couraça do ‘não-sentir’, à intoxicação e à seriedade forçada da acumulação e da busca incessante de mais-valia. Podemos imaginar toda a complexa hierarquia do trabalho no mundo atual como composta de potenciais consumidores que, vivendo em corpos de pouca realização estética e espiritual, tornam-se *voyeurs* da ‘espetacularização’ dos corpos dos artistas populares.

As culturas populares como artes sagradas

Em se tratando da ‘espetacularização’ dos corpos, as comunidades afro-americanas têm sido as mais pressionadas a expor suas tradições para fins de consumo. Conforme desenvolvi em outros ensaios, a imagem do corpo afro-americano é cada vez mais construída pela indústria do turismo como um símbolo globalizado do gozo através do lazer consumista (Carvalho 2003, 2004). Dado que já é praticamente inevitável negociar com a indústria e a política do entretenimento, o dilema principal agora passa a ser como estabelecer limites para essas negociações. Muitas das tradições afro-americanas desejadas para consumo são tradições sagradas e o sagrado não é negociável. Danças rituais de origem africana como o candomblé, o congado, o maracatu, as ‘taieiras’ e seus equivalentes em outros países são performances de extrema sofisticação estética, porém profundamente devocionais: ocorrem de acordo com um calendário religioso e segundo as conexões mitológicas e rituais que dão sentido e colocam limites às expressões artísticas deles derivadas. Só faz sentido definir um campo de negociação para que as festas e rituais afro-

americanos se transformem em espetáculo se ficar estabelecido previamente a existência de um campo do inegociável.

Conforme dito antes, durante a maior parte do século 20, os produtos da indústria cultural (cinema, televisão, música comercial, etc.) eram suficientes para satisfazer a demanda de consumo simbólico da sociedade de massa. A partir de um certo momento, porém, foi preciso procurar novas dimensões da cultura popular que antes eram indiferentes para o Estado e os contratantes. A pressão por espetacularizar a tradição fez com que muitos grupos tradicionais fossem obrigados a conviver com o desrespeito à dimensão sagrada e devocional das tradições que apresentam. Esse processo de desrespeito pode ser condensado em outro termo: profanação, que consiste em empurrar para o campo do profano aquilo que antes pertencia ao campo do sagrado.

A profanação (como a ‘espetacularização’ e a ‘canibalização’) é uma via de mão dupla. Por um lado, é o próprio grupo que aceita se ‘auto-profana’, isto é, retirar a sua tradição cultural e devocional da dimensão protegida do sagrado e expô-la ao entretenimento dos consumidores em um contexto profano. Por outro lado, são os espectadores que também contribuem para esse desgaste, independente do esforço dos artistas populares, na medida em que rejeitam a dimensão mítica e sagrada, fixando-se apenas nos aspectos exteriores do espetáculo.

Ilustro esse processo com um exemplo por mim presenciado no Peru. A cidade de Cuzco é conhecida como uma meca do turismo internacional e por ser um polo de concentração de arte tradicional andina. A desigualdade de recursos do mundo gerou um tipo muito particular de mais-valia estética na indústria local do turismo com relação às apresentações de grupos tradicionais. Com pouco dinheiro, segundo os padrões do Primeiro Mundo, é possível contratar vários grupos musicais, de dança e de máscara em uma única ocasião. Deleitava-me uma noite em um restaurante com as apresentações belíssimas de seis grupos distintos de danças devocionais da área do Cuzco⁸.

⁸ Um dos pontos altos do *I Encontro Sul-Americano das Culturas Populares*, de 2006 em Brasília foi a apresentação dos dançarinos da irmandade devocional do *Qapaq Negro* da milenar cidade de Pauqartambo, na região do Cuzco.

Quando os artistas apresentaram a dança dos *Sagras*, uma suíte de baile de máscaras que representam uma versão dos diabos que procuram perturbar a Virgem do Carmo, uma das máscaras se dirigiu a uma mesa tomada por um casal de jovens turistas europeus. A máscara aproximou-se da moça dançando, girando os longos dedos postiços das duas mãos e inclinando o corpo vestido de traje barroco colorido, em um gesto elegante de cortesia. Em um movimento rápido e brusco, a jovem turista empurrou-a para longe, enfasiada, ameaçando levantar-se e se retirar do restaurante. Para todos que presenciamos a cena, ficou evidente que a mulher foi incapaz de devolver minimamente o gesto de acolhimento lúdico a ela dirigido pela máscara em seu momento de arte. Quando o código sagrado é afastado e o espetáculo é apresentado exclusivamente na lógica profana da mais-valia, os artistas populares ficam expostos à agressão simbólica dos espectadores. O mito vivo é forte demais para uma imaginação tão desencantada.

O que torna a profanação um fenômeno dramático é que ela presentifica o ato de negação do sagrado. A máscara que se apresenta continua sendo um objeto artístico sagrado, mesmo que deslocado de seu contexto ritual próprio. Daí a sua rejeição aparecer como um sintoma de uma relação impossível, ainda que fantasiada, entre uma turista-espectadora do Primeiro Mundo e um grupo de artistas de um país pobre do Terceiro Mundo que se apresenta em um espetáculo preparado para o entretenimento de consumidores. O dançarino mascarado do *Sagra*, que até então se projetava como portador de valores humanos universalmente considerados como positivos (a gentileza, a cortesia, o acolhimento, a hospitalidade), foi então reduzido pela turista que o rejeitou à condição de um pobre artista inoportuno que precisou ser colocado devidamente no seu lugar de subalterno. A máscara, cuja presença impunha ou facilitava o acesso a outro mundo mítico e espiritual, foi rebaixada à condição de um objeto incômodo e sem poder.

Nesse episódio está embutida também uma dimensão do racismo e da desumanização radical que estruturam essas relações entre turistas e nativos, pois cabe ao corpo ‘exotizado’, ‘não-branco’ permanecer no seu lugar e manter a distância tácita ou permitir a aproximação física requerida pelos turistas espectadores. Essa relação pode alcançar níveis obscenos de desigualdade, como nos casos tão frequentes do turismo sexual, que muitas vezes inclui apresentações de cultura popular. Em tais casos,

uma dupla fantasia de prazer e posse pode ser realizada pelo turista quando contrata os serviços sexuais de uma jovem que é também uma brincante de algum grupo que se apresentou.

A estrutura do turismo étnico, que é a principal responsável pela ‘espetacularização’ das tradições culturais exóticas, é o pano de fundo do incidente do Cuzco e de inúmeros outros que ocorrem frequentemente durante as apresentações de artistas populares. Vem a calhar aqui perfeitamente uma frase do cineasta Dennis O’Rourke, autor do excelente documentário *Viagens Canibais*, de 1988, sobre o turismo étnico de brancos ocidentais na Nova Guiné: “Uma lição do filme é que os neoguineenses experimentam os seus mitos como mitos, enquanto os turistas experimentam os seus mitos como sintomas e histeria” (O’Rourke 1999; Root 1996). A questão é saber a quantas profanações de turistas podem os mitos nativos resistir até perder definitivamente o seu lugar de mito.

Podemos aqui lançar a proposta de um novo pacto entre governo, sociedade civil, pesquisadores e artistas populares parecida com o que foi feito em 1962, quando foi redigida a *Carta do Samba*, sob a coordenação de Edison Carneiro (Carneiro 1962). Naquela época, representantes de todas as escolas de samba do Rio de Janeiro se reuniram no Instituto Nacional do Folclore para definir qual seria o formato do samba, como um gênero musical e da escola de samba, como espetáculo coreográfico.

A redação dessa Carta foi uma tentativa de colocar limites ao que percebiam como uma descaracterização daquelas formas artísticas. Assim organizados, mestres e brincantes poderiam resistir melhor à pressão dos empresários, da classe média canibalizadora, das secretarias (municipal e estadual) e das empresas de turismo.

Proponho então que definamos coletivamente, entre mestres, produtores culturais, terceiro setor, pesquisadores e governo, o que exatamente pertence, do ponto de vista estético, ao reino do negociável, e o que pertence ao reino do sagrado. O que ficar definido como sagrado não poderá mais ser descontextualizado para fins de entretenimento ficando, portanto, declarado inegociável. Quem quiser apreciá-lo deverá obedecer às regras de tempo e espaço que regem as tradições sagradas, bem assim como as regras próprias de etiqueta que definem os papéis e os lugares sociais e físicos dos que são iniciados na tradição ou membros

da sua comunidade de origem e os que dela se aproximam na condição de meros observadores ou apreciadores.

Algumas irmandades tradicionais já estão experimentando soluções próprias no intuito de proteger os aspectos sagrados de seus rituais. A comunidade dos Arturos de Contagem – Minas Gerais, famosa pelo seu Congado, preparou recentemente um grupo jovem de dança e percussão especificamente para apresentações, denominadas de ‘bizarria’, fora do calendário religioso da comunidade. Em um caso como este, é a própria comunidade que começa a controlar o grau de ‘espetacularização’ de suas tradições, colocando um limite aos aspectos que pode ou não expor ao público em situações profanas⁹.

Paralelamente, do lado dos pesquisadores, a Associação Brasileira de Etnomusicologia (ABET) criou, em 2006, uma Comissão de Ética com a finalidade de estabelecer um código mínimo de postura para os pesquisadores. Objetiva-se que suas relações com as comunidades, em que desenvolvem seus trabalhos de campo, sejam pautadas pelas ideias de colaboração e parceria e não mais pela profanação e a ‘canibalização’, através de gravações, fotografias, filmes e demais materiais de registro que até agora, muito raramente, têm retornado para as comunidades, uma vez concluídos os trabalhos de pesquisa.

‘Canibalização’

A ‘espetacularização’ é consequência de um longo processo de predação e expropriação das culturas populares que definimos como ‘canibalização’. A metáfora do canibalismo na área da cultura já possui uma longa trajetória e é associada hoje em dia principalmente à indústria do turismo, que estimula as viagens de pessoas do Primeiro Mundo para lugares distantes, onde habitam seres de costumes exóticos, supostamente inexplorados. Um dos costumes exóticos que mais fascina os turistas ocidentais é justamente o canibalismo! Ou seja, o turista embarca em uma viagem de aventuras controlada pela companhia de turismo para conhecer e tornar-se, por um breve tempo, canibal do canibal. O ‘canibal

⁹ Sobre essa solução dos Arturos, ver os ensaios de Glaura Lucas (2006a, 2006b).

cultural' é então, tipicamente, um consumidor de costumes alheios e para isso se desloca de seu contexto para o contexto do outro, 'primitivo', com a finalidade de usufruir de seu modo de vida e de suas expressões culturais. Tudo se passa como se o palco da 'espetacularização' não precisasse mais ser removido da comunidade onde vivem os brincantes, para ser montado no ambiente urbano onde mora o consumidor. Como se a própria comunidade, aldeia ou tribo em que vive o nativo fosse transformada em um palco, onde o seu próprio modo de vida tradicional é espetacularizado segundo os padrões do olhar do turista/espectador.

Esse é o modelo de canibalismo cultural que é mostrado magistralmente no já mencionado documentário *Viagens Canibais*. Contudo, a ideia da 'canibalização', isto é, do ato de deglutir a cultura do outro, possui uma longa história no Brasil, muito anterior ao desenvolvimento da indústria do turismo. O que produz a 'espetacularização' contemporânea é a 'canibalização' praticada não apenas pelo turista, que deseja entreter-se com a cultura dos nativos, mas principalmente por outros intermediários das elites políticas, sociais e econômicas, como produtores culturais, ONGs, artistas urbanos, servidores públicos e pesquisadores.

A história da cultura popular na América Latina é a história desse movimento constante de zigzague cultural e de classe, desde a Colônia até os dias de hoje. Ao longo dos séculos, consolidaram-se várias expressões culturais híbridas nas classes populares, a maioria dessas expressões exibindo um sincretismo religioso e uma recolocação tanto dos elementos autóctones quanto dos europeus. As elites brasileiras foram canibalizando aquelas formas híbridas nos movimentos artísticos do Romantismo, procurando representá-las em outro código estético.

Esse zigzague de hibridismo alcançou seu ápice no movimento modernista dos anos 20 do século passado, de que sobressai, como testamento ideológico, o *Manifesto Antropofágico*, de Oswald de Andrade. Este documento propicia a justificativa para a 'canibalização' irrestrita das culturas populares por parte de uma elite social e política centrada em São Paulo e com ramificações no Rio de Janeiro, em Belo Horizonte e demais centros de poder localizados no Sul e no Sudeste. A questão é que já nessa época o país era riquíssimo em tradições culturais populares.

Mais ainda, talvez o Brasil fosse culturalmente muito mais rico pelo seu lado dos artistas populares do que por suas instituições (frágeis até hoje) e movimentos de cultura erudita de base eurocêntrica.

A ‘canibalização’ é sempre discutida no Brasil na perspectiva de um antropófago pertencente à elite social do país. Trata-se agora de nos colocarmos no lugar da presa desse canibal, o que significa identificar, sociológica e historicamente, quem tem sido até agora o outro canibalizado e averiguar o que esse outro acha de ser objeto dessa ‘canibalização’. O famoso lema antropofágico “Só me interessa o que não é meu” afirmou uma espécie de direito incontestado dos artistas e intelectuais de elite a retirarem todos e quaisquer elementos das nações indígenas, das tradições afro-brasileiras e do chamado folclore em geral e incluí-los, tal como os encontraram, ou transformando-os em suas obras e suas apresentações públicas. Tudo em nome de uma unidade nacional que foi decretada por essa mesma elite, sem nenhuma consulta ou combinação com as classes populares.

A atitude antropofágica tem sido uma prática ininterrupta de ‘canibalização’ cultural durante mais de 80 anos, sem haver sido jamais questionada a assimetria de poder (econômico, político, tecnológico, de difusão) entre os canibais urbanos de classe média (em sua esmagadora maioria brancos) e os canibalizados artistas populares de origem camponesa (ou caiçara, sertaneja, ribeirinha e equivalentes), pobres, marginalizados das redes de cidadania e de decisão nas esferas políticas (em sua maioria negros, pretos ou pardos). Os intelectuais e artistas que ainda hoje defendem a antropofagia cultural procuram sempre restringir a discussão às questões de estética, como se todo artista tivesse o direito inalienável de utilizar o repertório das culturas populares em suas criações. Contudo, eles nunca questionam a dupla assimetria de direitos que os favorece: os artistas populares não têm ainda mecanismos legais para impedir que os de fora façam uso dos seus repertórios, enquanto os artistas antropófagos de classe média contam com base legal para preservar a autoria de suas obras e impedir que outrem (como os artistas populares, por exemplo) possa utilizá-las.

A ‘canibalização’ cultural tem sido concebida e justificada de vários modos. Eis alguns deles:

- a) O canibal devora o outro para adquirir para si mesmo uma sobrevida e reafirmar sua posição no seu meio (artístico, cultural, social, político, econômico). A comunidade do outro não é assunto do seu interesse. Indiferente aos efeitos do seu ato na vida daqueles que deglutiui, essa instância da ‘canibalização’ é uma forma de pilhagem ou predação cultural.
- b) Em outra vertente legitimadora da antropofagia, costuma-se argumentar que o ato da ‘canibalização’ possibilita a continuidade, não apenas daquele que canibaliza, mas também daquele que foi canibalizado e que sobreviverá nas entranhas do corpo do canibal. O canibal torna-se assim, através da forma cultural híbrida que produz, depositário de duas histórias: da história da forma cultural ‘primitiva’ que deglutiui e da história da sua própria arte. Essa versão da ‘canibalização’ é defendida pelos que a praticam como um caso de hibridação agregadora ou aglutinadora. O canibal, neste caso, sente-se autorizado para narrar a saga do canibalismo como algo positivo que ele realiza em prol do canibalizado¹⁰.
- c) Numa perspectiva mais fenomenológica, a ‘canibalização’ ocorre quando uma forma cultural é incorporada, com os seus sinais diacríticos próprios, a outra forma. Assim, muitos pintores, músicos e escritores podem extrair elementos das tradições culturais indígenas ou afro-brasileiras e inseri-los nas suas obras. Esse elemento devorado sobrevive como um cristal, distinto e nítido na sua singularidade, ainda que agora em um novo contexto. Ou seja, o primeiro ponto da ‘canibalização’ é uma *re-contextualização* e uma resignificação de um signo que antes circulava no mundo chamado do folclore pelas culturas populares. Ele foi retirado porque houve interesse artístico por parte de alguém da elite em fazê-lo. Consequentemente, esse símbolo ganha mais prestígio no novo contexto da arte erudita do qual passa a fazer parte.

¹⁰ Um grande teórico desse modelo de antropofagia foi Michel de Certeau (1986) que, obviamente, não pode ser responsabilizado pelo uso ideológico e legitimador de sua teoria por parte dos intelectuais e acadêmicos modernistas brasileiros.

Mais adiante, poderá ser absorvido e sobreviver ainda como parte da expressão de um outro artista.

Aqueles que defendem a antropofagia como atitude de relação com o outro argumentam que os dois grupos saem ganhando do encontro: os cidadãos brancos de classe média, artistas ou produtores, ‘aprendem’ ou mesmo retiram elementos da cultura popular para desenvolver seus projetos; e os artistas populares também podem se inspirar na cultura dos visitantes e incorporar alguns dos seus elementos nos folguedos e também retirar recursos materiais desse encontro.

O que os antropófagos culturais da nossa elite nunca fizeram foi perguntar para brincantes e para mestres e mestras se eles gostam de ser devorados, dessa ou de qualquer outra maneira. Para defender moralmente essa prática de antropofagia é preciso provar que é esse o modo como os grupos de artistas populares querem que os seus símbolos e a sua arte sobrevivam. Todas as informações de que dispomos indicam que a maioria dos grupos de cultura popular deseja que seus símbolos sobrevivam e se transformem ao seu modo e não conforme os desígnios de pessoas que não pertencem ao seu mundo, não compartilham seus valores e nem se sentem comprometidos com o destino das suas comunidades.

Revisar a ideologia modernista da antropofagia é questionar a legitimidade política de um artista que se aproxima das artes populares com uma intenção exclusiva de coleta de dados para estimular e dar corpo à sua inspiração estética. Muito longe desse modelo romantizado, de uma apropriação bem intencionada das tradições do outro, a prática da antropofagia cultural hoje é uma atividade calculada e pragmática, que passa necessariamente pelo estabelecimento de vínculos estratégicos, comerciais e/ou políticos com grupos de cultura popular, com a finalidade de produzir eventos, gravar CDs, filmar DVDs, publicar livros, folhetos; e às vezes, inclusive, apresentar-se em contextos de classe média com o repertório dos grupos.

Em uma quarta metamorfose antropofágica, o canibal devora o outro e na medida em que o leva dentro de si, pode passar agora pelo

outro; isto é, pode *performar* de ser o outro, retirá-lo da cena do espetáculo e apresentar-se como se fosse o outro¹¹.

Não esqueçamos, porém, das complexidades embutidas nessa alternância topológica de identidades. Lembremos que uma das principais habilidades de um mestre ou uma mestra da cultura popular é sua capacidade de brincar de ser muitos outros. Logo, pensemos que o artista forâneo (em geral branco) que canibaliza o lugar do mestre ou da mestra e rouba a sua cena, deseja brincar de ser o outro que é o mestre ou a mestra. Mas o canibal não consegue brincar de ser os vários outros que o mestre ou a mestra são capazes de brincar. Enquanto o canibal só consegue vestir uma máscara, o mestre ou a mestra podem lançar mão de várias. A ‘mascarada’ não é, portanto, apenas a usurpação de um lugar que não nos pertence; ela implica, além disso, em duas destituições: 1) um achatamento e uma banalização do jogo polissêmico das metamorfoses dos mestres e das mestras; e 2) uma simplificação e uma redução desse lugar de expressão e criatividade. A ‘mascarada’ é também, neste sentido, um correlato do pensamento único capitalista que converte todas as coisas, materiais e imateriais, em mercadoria: uma única máscara que destitui várias máscaras.

Quando a discussão sai da estética de elite e entra em questões de cidadania, direitos autorais (individuais e coletivos), reprodução audiovisual de apresentações, indústria cultural e turismo, o paradigma antropofágico dos modernistas, que sempre legitimou ideologicamente esse direito ‘auto-outorgado’ das elites brasileiras de espetacularizar e canibalizar as expressões culturais populares entra em crise política. Esperamos que o presente momento, com mestres e mestras mais preparados para demandar políticas públicas para as culturas populares, marque o início

¹¹ Em outro ensaio teorizei com detalhe esse processo, que denomino de ‘mascarada’ (Carvalho 2004a). Esse quarto sentido da ‘canibalização’ é o que melhor revela a dimensão racista dessa antropofagia cultural. Por exemplo, neste momento já temos maracatus de brancos, congados de brancos, grupos de capoeira de brancos. Essa prática implica quase sempre em roubar a cena do outro, estar no lugar do outro. Ela permite um paralelo com os Estados Unidos, na época em que os chamados *minstrels*, músicos brancos, pintavam-se de negros e apresentavam-se em shows, caricaturando uma gestualidade tradicionalmente negra. A mascarada significa, portanto, brincar de ser o outro ocupando o lugar do outro.

do fim da era da ‘canibalização’ unilateral e da ‘espetacularização’ no nosso meio. Confiamos em que um paradigma mais justo e igualitário de relacionamento das classes detentoras do poder político e econômico com mestres e mestras deverá surgir na forma de um novo modelo de intercâmbio e de acesso pleno à cidadania para os que preservam as culturas populares no Brasil e na América Latina.

Bibliografia

- BAUDRILLARD, Jean. 1975. *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70.
- BENJAMIN, Walter. 1985a. O narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In BENJAMIN, Walter: *Magia e técnica, arte e política. Ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense.
- _____. 1985b. Experiência e pobreza. In BENJAMIN, Walter: *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense.
- _____. 2006. *Passagens*. Belo Horizonte: Editora da UFMG/São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo.
- CARNEIRO, Edison (org). 1962. *Carta do Samba*. Rio de Janeiro: Campanha de Defesa do Folclore Brasileiro.
- CARTA SUL-AMERICANA DAS CULTURAS POPULARES. Manifesto lido publicamente no Centro da Diversidade Cultural em Caracas, Venezuela, em 28 de novembro de 2008. (<http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2008/12/cartasul-americana-das-culturas-populares-caracas-2008-portlogofinal.pdf>; acesso em 30/10/09)
- CARVALHO, José Jorge. 2000. A Morte Nike: Consumir, o Sujeito. *Universa*, 8(2):381-96.
- _____. 2003. As Culturas Afro-Americanas na Iberoamérica: o Negociável e o Inegociável. In GARCÍA CANCLINI, Néstor (org): *Culturas da Iberoamérica*, pp. 101-38. São Paulo: Moderna.
- _____. 2004a. Metamorfoses das Tradições Performáticas Afro-Brasileiras: de Patrimônio Cultural a Indústria de Entretenimento. In

Celebrações e Saberes da Cultura Popular, pp. 65-83. Rio de Janeiro: Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular/IPHAN, Série Encontros e Estudos.

_____. 2004b. La Etnomusicología en tiempos de canibalismo musical: Una reflexión a partir de las tradiciones musicales afroamericanas. In MARTÍ, Josep & MARTÍNEZ, Silvia (org.): *Voces e imágenes de la etnomusicología actual*, pp. 37-51. Madrid: Ministerio de la Cultura.

_____. 2005. Culturas populares: contra a pirâmide de prestígio e por ações afirmativas. In *Seminário Nacional de Políticas Públicas para as Culturas Populares*, pp. 34-7. São Paulo: Instituto Pólis/ Brasília: Ministério da Educação.

_____. 2006. Por que e como apoiar as culturas populares. In FARIA, Hamilton & LIMA, Ricardo (org.): *Fomento, difusão e representação das culturas populares*, pp. 12-28. São Paulo: Instituto Pólis/ Brasília: Ministério da Cultura,

_____. 2007. Espectacularización y canibalización de las culturas populares. Entrevista a José Jorge de Carvalho por Cristina Mateu. *La Marea*, 14 (28):4-9.

_____. 2008. Espectacularização e canibalização das culturas populares. In *I Encontro Sul-Americano das Culturas Populares – II Seminário Nacional de Políticas para as Culturas Populares*, pp. 79-101. São Paulo: Instituto Polis/ Brasília: Ministério da Cultura.

CERTEAU, Michel de. 1986. Montaigne's 'Of Cannibals': The Savage 'I'. In CERTEAU, Michel de: *Heterologies: Discourse on the Other*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

CHAUÍ, Marilena. 1988. Janela da Alma, Espelho do Mundo. In NOVAES, Adauto (org): *O olhar*, pp. 31-63. São Paulo: Companhia das Letras.

CUNHA, Antônio Geraldo. 1982. *Dicionário Etimológico Nova Fronteira*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.

DEBORD, Guy. 1997. *A sociedade do espetáculo*. São Paulo: Contraponto.

GABLER, Neil. 1998. *Vida, o filme*. São Paulo: Companhia das Letras.

HALL, Stuart. 1997. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage.

- LUCAS, Glaura. 2006. O batuque e os ‘Filhos de Zambí’: recriações sócio-musicais na comunidade negra dos Arturos. Trabalho apresentado na III Reunião da Associação Brasileira de Etnomusicologia (ABET), São Paulo.
- _____. 2006. Música e tempo nos rituais mineiros dos Arturos e do Jatobá. Trabalho apresentado na III Reunião da Associação Brasileira de Etnomusicologia (ABET), São Paulo, SP.
- O’ROURKE, Dennis. 1999. On the Making of “Cannibal Tours”. (http://en.wikipedia.org/wiki/Cannibal_Tours; acesso em 30/10/09).
- ROOT, Deborah. 1996. *Cannibal Culture. Art, Appropriation, and the Commodification of Difference*. Boulder: Westview.
- SILVERMAN, Kaja. 1995. *The Threshold of the Visible World*. London: Routledge.
- SPIGUEL, Claudio. 2006. “Colonização e Resistência nas Culturas Populares da América do Sul.” Conferência proferida no I Encontro Sul-Americano das Culturas Populares. Brasília - DF.

Filmografia

- O’ROURKE, Daniel. 1988. *Cannibal Tours*. CameraWork Austrália, 1988.

Anexo

Carta Sul-Americana das Culturas Populares¹²

I.

Nós, participantes do II Encontro Sul-americano das Culturas Populares, que representamos as delegações da Argentina, Bolívia, Brasil, Equador, Paraguai, Venezuela, com a presença de Cuba como convidada, chamamos a atenção de nossos governos para que reconheçam o extraordinário valor deste Encontro, que aceitem e incorporem as afirmações e as propostas dos mestres e mestras das culturas populares, que são a alma, o passado, o presente e o futuro de nossa América.

A presente reunião se conecta também com os alinhamentos da Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais da UNESCO (outubro de 2005), que vem, justamente, enfatizar a defesa, a valorização e a promoção das culturas tradicionais e o respeito à diferença dos povos de todo o mundo.

Este momento tem um grande valor histórico também porque, em uma quarta semana de novembro (precisamente de 25 a 27 de novembro de 1970), há 38 anos, foi realizada em Caracas a primeira Reunião Interamericana de Especialistas em Etnomusicologia e Folclore, da qual resultou a *Carta do Folclore Americano*.

Naquela época e naquele contexto social, cultural e político, a Carta concretizou a aspiração de uma geração de pesquisadores e representantes de órgãos estatais e internacionais de todo o continente para que as culturas tradicionais da América Latina fossem protegidas, difundidas e promovidas.

¹² A presente carta foi preparada e redigida, segundo minha formulação, durante o II Encontro Sul-Americano das Culturas Populares realizado em Caracas entre os dias 25 e 28 de novembro de 2008 sob a organização da Secretaria da Identidade e da Diversidade do Ministério da Cultura do Brasil e o Centro da Diversidade Cultural da Venezuela. Lida publicamente no dia 28 de novembro de 2008, é o primeiro manifesto sul-americano em defesa das culturas populares que foi redigido conjuntamente e a partir das vozes dos próprios mestres e artistas das expressões culturais tradicionais do nosso continente.

Ao contrário de como se propôs daquela primeira vez, na qual os mestres e artistas populares, os povos originários e as comunidades de afro-americanas não estavam presentes, esta carta é escrita com a participação deles e em um novo momento histórico da América Latina, no qual muitos países atualizaram suas constituições, elaboraram políticas, programas e legislações para incorporar as demandas populares e o reconhecimento de toda sua diversidade cultural, de modo a promover a inclusão social. E, ainda mais, em um momento em que os mestres das culturas populares têm a palavra e são protagonistas de suas conquistas e demandas, que este documento desperte a consciência dos governos sul-americanos para se identificarem com estes sentimentos e se comprometem integralmente em implementar as propostas de políticas públicas que os mestres e artistas populares, povos originários e comunidades afro-americanas assinalaram neste documento.

II.

A partir do II Encontro Sul-americano das Culturas Populares, os mestres e as mestras, os grupos e redes da cultura popular, artesãos e artesãs, pesquisadores e representantes dos Estados, de cada país aqui representado, expressamos a necessidade de destacar o que foi invisibilizado e silenciado ao longo do tempo, de obter mais respeito, de garantir a cultura como um direito humano fundamental. Além disso, esperamos que naquelas regiões da América em que, infelizmente, ainda se sofre com a falta de recursos, a discriminação e a ausência de mecanismos adequados de registro e proteção, se superem tais condições.

Consideramos que a cultura produz vínculos sociais duráveis e que, para fazer uma verdadeira revolução com cidadania, temos que começar pela cultura, na medida em que um povo que não se envolve no processo de construção de sua cultura não tem sentido de pertencimento.

Não podemos deixar morrerem as culturas populares, nem deixar que os produtos da indústria cultural transnacional, sem raízes em nossos povos, tenham mais importância e opaquem a nossa.

O mundo tem que se abrir. É necessário criar um ambiente de confiança no qual todos se sintam livres para expressarem suas artes e saberes. Hoje em dia desejamos ter mais espaços onde possamos expressar nossos sentimentos. Existem aqueles que

podem e os que não podem. Precisamos deixar aflorar o sentimento reprimido para que nos seja permitido crescer, como a germinação de uma planta, como a seiva que alimenta sua vida.

Para transformar a realidade vivida atualmente pelos mestres e artistas populares, reconhecemos a importância de promover a integração, não apenas regional, mas também entre os povos e os mestres e artistas populares. Precisamos eliminar simbolicamente as fronteiras que são criadas pelos homens, para promover Integração com Diversidade.

Neste sentido, os grupos, redes, mestres populares e representantes dos Estados, aqui reunidos, afirmam que o sonho da integração está deixando de ser uma utopia e se convertendo em uma realidade. Estamos construindo uma ética popular dos nossos povos sul-americanos.

A integração nos faz irmãos, enriquece saberes e sabores e se cristaliza nos âmbitos culturais, sociais e políticos.

Acreditamos que a cultura pode se tornar um veículo de coesão, que nos mantém unidos como família e nos serve como alimento espiritual. A promoção de encontros ajuda a garantir nosso direito de conhecer uma parte de nós mesmos que não conhecemos. Nestes encontros, a cultura e todo o universo cultural se abraçam. Esta fusão cultural nos enriquece e nos alimenta, como uma vitamina para a alma.

Ao mesmo tempo, queremos garantir a integração com diversidade. As diferenças ou variações das manifestações culturais não implicam na desqualificação de algumas delas, mas sim, expressam o interesse em proteger as raízes de cada uma.

Além da integração, afirmamos que é essencial a atuação do Estado para promover e dar base para multiplicar a sabedoria popular dos mestres, sem ter a participação em organizações políticas como condição.

Valorizamos um governo popular que aponte para a inclusão social, a proteção das culturas populares e que apoie as pessoas que estão trabalhando diretamente com a cultura popular.

Por isso, acreditamos que é necessário romper com o paradigma do apoio único às Belas Artes.

E, mais que tudo, que a voz e a decisão sejam, a partir de agora e para sempre, dos mestres e artistas populares. Nesse sentido, precisamos defender a autenticidade e a autonomia das culturas populares, com um despertar para o coletivo.

III.

Precisamos promover e preservar as culturas populares, reunindo e deixando fluírem novas criações. Para isso, deve haver em todos os países um casamento entre a cultura e a educação, valorizando os mestres como docentes nas escolas e universidades e ensinando professores a dançarem, tocarem e brincarem, por exemplo. Devemos unir cultura e educação se queremos a continuidade das culturas populares, ensinar as crianças e os jovens para que se perpetue o saber e a cultura do que nos é próprio. Se a educação é um direito de todos, devemos criar as condições para que a cultura também possa ser.

É importante promover o conhecimento mútuo das expressões das culturas populares, por meio de um mapeamento regional. Paralelamente, propomos a elaboração de uma política de gestão de riscos das expressões das culturas tradicionais e, a partir disso, criar um fundo latino-americano para proteção e promoção de nossas culturas.

O registro e a difusão de tudo o que fazemos são também formas de resistência.

Para contribuir com a preservação e a dignidade deve ser criada, dentre outras coisas, uma pensão digna aos mestres, que fazem a beleza de seu país com tanto trabalho e amor.

Devem ser criados centros de formação permanente sobre as culturas populares, para que os mestres e artistas possam circular entre os países na qualidade de mestres, promovendo a interculturalidade.

Requere-se proteger o patrimônio linguístico sul-americano, fomentando seu reconhecimento como línguas oficiais e promovendo sua aprendizagem e seu uso.

Devemos ter consciência de que as culturas populares não são predadoras do meio ambiente. Ao contrário, nas comunidades em que as tradições estão vivas, o meio ambiente e a biodiversidade estão preservados. E, além disso, os produtos industrializados descartados são transformados para gerar beleza, desfrute e desenvolvimento humano.

IV.

Com estes processos, podemos construir nossa obra e nossos sonhos. Podemos compartilhar e multiplicar nosso amor, paz e

liberdade. Assim, vamos chegando ao contexto necessário para ter apoio com humildade, união e diálogo.

É devido à possibilidade de criar um lugar onde toda a juventude sul-americana tenha vontade de aprender as tradições, que vale a pena estarmos aqui e fazer todo este esforço. Assim, teremos a possibilidade de que os jovens resgatem os frutos velhos, semeando novas sementes para o futuro.

Cultura popular é reinventar o mundo. É fundir o ouro, o cobre, o chumbo, a prata, é construir os instrumentos, é curtir o couro; é moldar o barro, polir a pedra, tingir a areia, converter penas em coroas verdadeiras, talhar a madeira, tecer as fibras das árvores e, com elas, tecer a fibra da humanidade nova. E cantem livres aos ventos que os levem a uma roda de dança que cultive nossos povos, nutrindo assim a nossa espiritualidade.

Nós, mestres, mestras, artistas, pesquisadores das culturas populares, povos originários, comunidades afro-americanas e representantes da sociedade civil e dos Estados, subscrevemos:

Caracas, 28 de Novembro de 2008.

Recebido em junho de 2009

Aprovado para publicação em setembro de 2009