A cultura popular e o mercado musical no Brasil: Um olhar sobre o bumba-meu-boi do Morro do Querosene, em São Paulo

MODALIDADE: COMUNICAÇÃO

SUBÁREA: MÚSICA POPULAR

Tamiris Duarte
Unicamp – tamiris.duarte@gmail.com

Resumo: Este artigo tem por objetivo levantar reflexões acerca das relações entre as manifestações tradicionais e o mercado musical no Brasil, considerando o trabalho do músico popular enquanto negociador de sua própria arte. Tais reflexões se desenvolvem a partir das experiências do mestre Tião Carvalho, reunidas em depoimento concedido em entrevista, interpretadas sob a luz dos conceitos de "espetacularização" e "canibalização" (Carvalho, 2010) e de "entre-lugar" (Bhabha, 2005).
Palavras-chave: Bumba-meu-boi. Cultura Popular. Mercado Musical. Tião Carvalho. Grupo Cupuaçu.

Popular Culture and the music market in Brasil: a sight of the Bumba-meu-boi of Morro do Querosene, in São Paulo.

Abstract: This paper intends to bring light to reflexions about the relation between tradicional music groups and the music market in Brazil, considering the work of the popular musician as a negociator of his own art. This reflexions emerge from the life experience of Tião Carvalho, gathered in a testimony given as an interview, interpreted in the light of the concepts of "spectacularization" and "cannibalization" (Carvalho, 2010) and of "in-between" (Bhabha, 2005).
Keywords: Bumba-meu-boi. Popular Culture. Music Market. Tião Carvalho. Grupo Cupuaçu.

1. O local da pesquisa

Este artigo é decorrente de um recorte da dissertação de mestrado, em fase de finalização, cujo tema é a construção de linhas de baixo para repertórios de Bumba-meu-boi, tendo como principais referências o mestre Tião Carvalho e o Grupo Cupuaçu de danças populares. José Antônio Pires de Carvalho (Cururupu, 1955), Tião, é negro, maranhense radicado em São Paulo, músico, compositor, cantor, dançarino, ator, brincante, educador e líder comunitário e, entre outros grandes feitos, é fundador do grupo Cupuaçu, do qual é diretor artístico e realiza a festa do Bumba-meu-boi no Morro do Querosene – bairro do Butantã – em São Paulo há mais de 30 anos. A festa do Bumba-meu-boi – dança, música e encenação – é patrimônio imaterial da cultura brasileira segundo o Iphan e o folguedo mais popular do Maranhão e acontece no período de São João. Como contrabaixista, atuo ao lado de Tião em seu trabalho artístico solo desde 2015 e, a partir de leituras como Carvalho (2010) e Bhabha (2005), localizo esta pesquisa que, como muitas em música popular, especialmente em performance, tem sua área de interesse no encontro de diferentes caminhos, no caso: o lugar em que o bumba-meu-boi, manifestação tradicional brasileira festiva fortemente vinculada à dança, ao ritual, ao gesto, ao sagrado, é incorporada enquanto gênero musical ao mercado de entretenimento através um grande processo de espetacularização e invade o palco

enquanto arte performativa, no sentido de que a participação do público está drasticamente reduzida se comparada às festividades que possuem a rua como cenário.

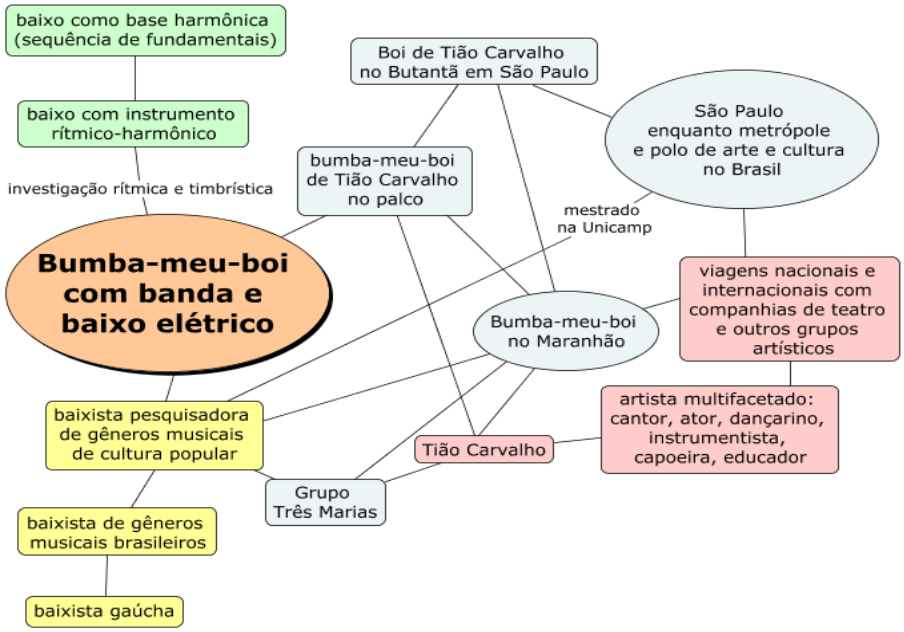

Figura 1: mapa que ilustra o conjunto de deslocamentos que dão origem às questões da pesquisa

Na figura acima pode-se ver os caminhos percorridos por mim, por Tião, pela função musical do contrabaixo e pelo Bumba-meu-boi enquanto cultura viva, que sofre e provoca transformações ao seu redor ao longo do tempo. Nesse conjunto de deslocamentos está o local da minha atual prática como instrumentista, um lugar de investigação harmônica, melódica, rítmica e timbrística. Devido à consistência e à popularidade do Bumba-meu-boi no Maranhão, Tião diz que ele pode ser visto como gênero musical:

> Ele já é algo muito grande né, aqui [em São Paulo] já nem tanto, mas se vai no Maranhão – você já teve lá – você vê que se toca, pelo menos durante o mês de junho, (...) você vai ver que vai tocar. Tem o reggae também né, mas eu diria assim: quarenta por cento do que você escuta no Maranhão é bumba-meu-boi. (...) a predominância é o bumba-meu-boi, então ele tá tão equilibrado quanto os outros gêneros musicais. E às vezes mais. (Tião Carvalho, 2018)

2. A desigualdade social no Brasil e seu reflexo nas culturas populares

Atualmente entendemos a cultura popular como um conjunto de saberes e tradições culturais que engloba "música, dança, autos dramáticos, poesia, artesanato, ciência sobre a saúde, formas rituais, tradições de espiritualidade" (Carvalho, 2010, p. 44) que é mantido e transmitido predominantemente através da oralidade entre os membros de uma certa comunidade, geralmente autogestionada e autossustentável. Encontra-se na festa do boi do Morro do Querosene tanto essa variedade de saberes como essa autogestão de recursos.

Segundo Tião, no final da década de oitenta, aconteceram as primeiras festas do boi no bairro do Butantã, em São Paulo, ainda dentro da casa de moradores e devido ao aumento do número de participantes a cada ano, e também à consolidação do Grupo Cupuaçu, foi ganhando a rua. A dimensão religiosa da festa foi fortalecida pela chegada de Graça Reis em São Paulo, caixeira, cantora e compositora que faz parte do grupo de Caixeiras do Divino Espírito Santo da família Menezes, no Maranhão, vinculadas à Casa Fanti Ashanti[i]. Os recursos financeiros para a realização da festa vinham do Grupo Cupuaçu e de contribuições de quem oferecia produtos e serviços em barracas na festa e a partir de 2012, o grupo começou a contar com recursos provenientes de editais e de apresentações artísticas feitas fora da comunidade. Tais apresentações diferem, em vários aspectos, do que acontece nas festas internas. Na perspectiva de Tião, o Grupo Cupuaçu tem o que eles mesmos chamam de "um espetáculo do bumba-meu-boi" com de uma hora e meia a duas horas de duração e "início, meio e fim", apresentando de forma organizada as etapas principais envolvidas no auto do ritual. O grupo também possui shows montados de outras danças tradicionais como cacuriá ou tambor de crioula, por exemplo. Nas falas de Tião, fica clara a relação de trabalho estabelecida com as instituições externas à comunidade:

> (...) ali nós vamos levar a brincadeira, mas nós vamos trabalhar. (...) Nós vamos trabalhar no SESC. O SESC vai nos pagar, vai nos contratar, a prefeitura do interior, em Campinas, Sorocaba, nós estamos indo pra fazer um trabalho pra prefeitura de Campinas como outros artistas brasileiros quaisquer. (Tião Carvalho, 2018)

Já na festa da comunidade, a relação estabelecida com tempo, brincadeira e ritual é outra. A festa é uma celebração, um teatro de rua, e a perspectiva do trabalho fica afastada:

> Aqui nós estamos brincando, recebendo [as pessoas], o nosso compromisso é com nós mesmos, com o Santo, com os Orixás, com a natureza, com a comunidade e claro, com quem vem nos visitar. Mas as pessoas que vem nos visitar não estão dizendo "ah eu tô pagando, eu tô exigindo", não. Tem uma forma que a gente faz que as pessoas se adaptam na festa. (...) "ah que horas o boi vai morrer?" "ah sei lá, não sei nem que horas eu vou morrer, quanto mais o boi", (...) "e que horas a festa começa?", "já começou.", "e que horas termina?", "ah, por volta de dez horas da noite", sabe, por causa do horário do psiu. (Tião Carvalho, 2018)

Carvalho (2010) aponta que quando há a conversão de uma tradição popular em espetáculo desterritorializado, ou seja, fora da comunidade, ela ganha um valor de mercado, frequentemente mais baixo que o valor atribuído à arte erudita ou à arte popular comercial. Além disso, afirma que é preciso atentar para "quanto vale a cultura popular para o Estado Brasileiro?" e ainda "o quanto rende a cultura popular como produto ou serviço oferecido pela indústria do entretenimento?" (Carvalho, 2010, p.44). O sistema de valores herdado do Brasil Colônia, de valores aristocráticos e burgueses pregando a supremacia da cultura erudita de origem europeia, é definido por Carvalho como relativismo cultural, ainda que isso não

explique o porque da desigualdade de remuneração: "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 por mês para um mestre de Cavalo Marinho"? (Carvalho, 2010, p.43). É preciso iluminar a discussão extra-culturalista, destacando a influência da hierarquia de prestígio e, consequentemente, de valor de mercado, que nós, enquanto sociedade, criamos e reproduzimos.

Durante a consolidação do mercado fonográfico e de entretenimento no Brasil, por exemplo, nas décadas de 1960 e 70, houve uma expansão nos números do mercado de bens culturais (produção, distribuição e consumo de cultura) e nesse período se consolidam os grandes conglomerados que controlam os meios de comunicação e da cultura popular de massa, ainda sob a atmosfera de um governo militar que ao mesmo tempo incentivava a produção cultural e controlava seu conteúdo através da censura, direcionando-o para a construção e manutenção de uma elite pró-governo. (ORTIZ, 1988, p.121 a 134) Isso também ilustra que o mercado musical brasileiro nasce e se fundamenta já de modo tendencioso, mantenedor das desigualdades. Abrindo os olhos para esta discussão, será possível ver com clareza a desigualdade de condições de negociação em que se encontram as culturas populares quando comparadas à outras artes que já estão inseridas na indústria cultural e de entretenimento há muito mais tempo e, também por isso, já ocupam uma posição privilegiada. Vicente (2014) aponta ocorrência, a partir dos anos 1990, do surgimento dos circuitos autônomos de produção e distribuição musical como uma alternativa à dificuldade de acesso dos artistas ao mercado fonográfico que, antes disso, ficavam a mercê das grandes gravadoras ou da falta de recursos técnicos de produção e distribuição.

Baseada na minha experiência profissional, entendo que, atualmente, o circuito da cultura popular no Brasil constitui uma grande rede de apoio que proporciona, entre outras possibilidades, o acolhimento de grupos de cultura popular, uns pelos outros em cidades e estados distintos, ampliando o alcance e a visibilidade de seus trabalhos e de suas tradições. É dessa forma, por exemplo, que o grupo do qual faço parte (grupo Três Marias) viabiliza levar para sul do país as artes e os saberes de mestres e mestras como Tião Carvalho e Martinha do Coco, respectivamente do Maranhão radicado em São Paulo e de Pernambuco radicada em Brasília, e também é acolhido como grupo nessas regiões, já tendo feito circuitos em São Luís e vários outros lugares do Brasil sem nenhum tipo de apoio financeiro por parte das grandes instituições. Segundo Vicente, "esses circuitos normalmente se relacionam a identidades étnicas, religiosas, urbanas e locais, e se constituem nos espaços de surgimento que acabarão posteriormente incorporados pela grande indústria (Vicente, 2014, p.165). Fatores que contribuem para essa possibilidade atual são as tecnologias digitais e o aumento do número de

estúdios de pequeno porte; as redes locais de comunicação como pequenas emissoras de TV e rádios, comunitárias e piratas que tendem a acolher os trabalhos de artistas locais e intercomunicação global através da internet.

Tião reforça a ideia da hierarquia de prestígio, apontando que um dos aspectos que merece atenção é a utilização do termo folclore com a intenção de se referir ao trabalho do músico da cultura popular:

> (...) o folclore (...), ele te coloca num termo complicado né, principalmente pra nós brasileiros porque você faz folclore, aí a princípio você não precisa receber ou se você receber, você vai receber muito pouco. Muitas vezes, quem faz são pessoas muito simples e com poder aquisitivo muito pouco, muito curto, então isso também é algo que a gente vai trabalhando e vê assim: "bom eu sou músico, eu toco Cavalo Marinho, eu não recebo e o cara que toca (…) pagode, sertanejo recebe. Não. Esse cara aqui também precisa receber sim." Então, se ele precisa receber porque ele precisa ter instrumentos bons, precisa do tempo, precisa se alimentar (…) Pra gente fazer bumba-meu-boi, (...) isso tem um gasto, precisa fazer, precisa fazer bem feito, um gasto muito grande e tem um tempo pra isso. (Tião Carvalho, 2018)

Devido ao grande número de pessoas envolvidas, por exemplo, no bumba-meu-boi, existe um grupo de pessoas responsáveis pela organização e administração de pessoal e de recursos, e esse trabalho é um entre os outros que necessitam de uma remuneração digna. Tião destaca que os músicos, os dançantes, os administradores, cada um que tenha uma função crucial no grupo tem necessidades financeiras como qualquer outro trabalhador:

> Parece que os filhos de músico não tem escola, não tem curso de inglês, não compram tênis, não pagam dentista. Parece que nada disso acontece. O músico precisa, ele precisa sim. Então (...) no Brasil, na realidade (...) nós começamos falar de distribuição de renda, sabe? Então é importante que as pessoas entendam também como um trabalho. Porque a visão nossa, a visão do capitalismo, ele sempre vai querer ter essa coisa mais singela, na gaveta "ah é folclore" tirando só no mês de agosto da gaveta, pra eles poderem vender o produto deles, no fundo é disso que se trata. Se eu deixo essa cultura aí, a gente chega aqui com a massa e vende e eles compram da gente, e eu deixo eles ali mais calados com a auto-estima baixa, (…) e o capitalismo só: "ah sucesso, (...) festival e patrocinadores, grandes patrocinadores, (…) então precisa trabalhar e ver como um trabalho também. (Tião Carvalho, 2018)

Durante os primeiros séculos da colonização no Brasil, as manifestações culturais, artísticas e espirituais dos povos indígenas, dos africanos escravizados e das classes populares foram silenciadas e não exploradas economicamente em nome de um projeto de dominação cultural católica e eurocêntrica. Com o avanço da indústria e do capitalismo vem a necessidade de uma quantidade e variedade de produtos a serem explorados e, com declínio de certas modas da cultura popular comercial, expressões culturais ainda não exploradas, virgens, remotas, exóticas ressurgem aos olhos interesseiros da exploração como possíveis novos bens estéticos comercializáveis. (Carvalho, 2010, p.45).

Tião Carvalho e o Grupo Cupuaçu são agentes e mantenedores de sua cultura tradicional dentro de sua comunidade e ao mesmo tempo são capazes de estabelecer um diálogo lúcido com as instituições interessadas na comercialização de seus bens culturais, estando atentos às voracidades exploratórias e, na medida do possível, criando seus mecanismos de defesa. Eles constroem suas identidades e história sendo atravessados pelas desigualdades sociais, financeiras e de poder que estão estabelecidas na sociedade brasileira atual: "nossa imagem pública, vem a ser revelada por suas descontinuidades, suas desigualdades, suas minorias." (Bhabha, 2005, p.19).

3. A cultura popular latino-americana e a espetacularização

Carvalho (2010) define espetacularização como um processo das sociedades de massa em que um evento, em geral de caráter ritual ou artístico, criado para atender a uma necessidade expressiva específica de um grupo, preservado e transmitido através de um circuito próprio, é transformado em espetáculo para consumo de outro grupo, desvinculado da comunidade de origem (Carvalho, 2010, p.47). A partir das revoluções tecnológicas ocorridas na segunda metade do século XIX, quando uma indústria audiovisual passa a fazer parte da vida urbana, passa a ser possível espetacularizar processos e eventos que digam respeito também às classes populares (Carvalho, 2010, p. 47-48), às culturas populares, submetendo a lógica particular de cada uma delas – seu tempo de duração, seu sentido ritual e religioso, seus momentos contemplativos, por exemplo – à logica do espetáculo comercial, que geralmente tem tempo definido, tem limites de espaço, tem barreiras morais que acabam por alterar e/ou esvaziar parte do sentido transformador e participativo da tradição. Em seu ambiente próprio, as manifestações tradicionais são capazes de convidar os presentes a participarem como agentes da brincadeira e incitar reflexões inéditas seja através do canto, da dança ou do ritual espiritual. No momento em que lhes são impostos limites de uma lógica capitalista de compra e venda de entretenimento, o público está impedido de "apreender os códigos estéticos e espirituais contidos nas expressões da cultura popular de modo a infundir outras dimensões às suas vidas" (Carvalho, 2010, p. 53), ou seja, não é possível acessar a totalidade de sentido e saberes daquela manifestação através do espetáculo desterritorializado.

Conscientes dessas reflexões em pelo menos algum nível, já é possível encontrar, atualmente, uma organização por parte das comunidades no sentido de manter, transmitir e proteger seus aspectos sagrados, seus saberes característicos, limitando quais deles serão expostos ao público em locais externos à comunidade, montando um espetáculo que já nasce formatado a partir de uma indústria do entretenimento, como o "Espetáculo do Bumba-meu-boi" do Grupo Cupuaçu, montado com olhos de um "artista trabalhador", atento para as várias

etapas envolvidas neste trabalho: a montagem, a negociação, a venda, o pagamento e a construção da consciência interna e externa ao grupo de que levar sua arte e sua brincadeira nesse formato para fora de sua comunidade constitui um trabalho, e portanto deve ser dignamente remunerado. Guardadas as devidas atenções às desigualdades de negociação existentes entre as grandes instituições da indústria do entretenimento e um pequeno grupo de pessoas articuladas em uma comunidade com limitados recursos financeiros, nota-se uma atitude "comercial defensiva" por parte de Tião. Segundo ele mesmo o costume é nunca dizer não para um contratante interessado, o que existe é uma negociação:

> Tem vezes que a gente vai pra uma escola e vai com cinco pessoas, instrumentos, leva o boi, o vaqueiro, o amo que canta, explica a história e tudo bem também. (…) Lógico que pode ir com menos, com dez, (...) aí tem que funcionar a nossa criatividade. Tem que ser criativo e procurar realizar. Se uma pessoa "ó Tião, cê vai? Quer vir aqui?" cê concorda, cê senta aqui, vestido de bumba-meu-boi, cê fala sobre o bumba-meu-boi, (...) você conta uma história, vai embora... é bumba-meu-boi, e eu fui sozinho. Ou não: "a gente quer gente, batalhão, quarenta pessoas" ou "não, a gente quer mais de quarenta" então eu vou ligar pra outras pessoas, amigos, (...) que dançam, que tocam e ensaiar com a gente pra fazer esse espetáculo maior. (…) São pessoas extras, que já foram do grupo (...) É ousado mesmo. (Tião Carvalho, 2018)

Encaro esse processo de espetacularização das culturas populares combinado com a reação em forma de uma atitude comercial por parte da comunidade como uma transformação histórica, de onde emergem certos tipos de hibridismos culturais que buscam construir algum tipo de autoridade de negociação, através da articulação social da diferença (Bhabha, 2005, p.17). Não é a persistência dos grupos tradicionais em afirmar seus saberes em sua totalidade que definirá seu direito de se expressar, e sim sua capacidade "de se reinscrever através das condições de contingência e contraditoriedade que presidem sobre as vidas dos que estão na minoria" (Bhabha, 2005, p.17). Mais uma vez é possível notar uma comunidade e suas práticas festivas e ritualísticas sendo atravessadas pelas desigualdades impostas socialmente e reagindo a elas.

4. O entre-lugar cultural de Tião

Fixar e congelar as manifestações tradicionais é de certa forma fetichizar as identidades das pessoas envolvidas, como se tudo soubéssemos sobre elas. Também, em um âmbito coletivo, é possível se perguntar qual a definição de uma comunidade tradicional? O que é uma comunidade negra? O que é uma comunidade? (Bhabha, 2005, p.18). Estas respostas não são estanques, são vivas, transformam-se a todo tempo abrindo leques de possibilidades de desenvolvimento. A convivência com mestre Tião Carvalho e sua comunidade me mostra exatamente isso. O grupo é heterogêneo e cada sujeito participante

tem sua complexidade individual construída a partir de suas vivências tradicionais e urbanas, e dos atravessamentos que lhe são impostos. Fora do ambiente tradicional da festa de rua da comunidade, Tião enquanto artista solo, aproveita as brechas da indústria cultural para inserir parte de suas tradições musicais em shows feitos em um formato bem familiar a este contexto: show amplificado com instrumentos estranhos ao batalhão tradicional de bumba-meu-boi, como baixo, teclado e bateria. Familiarizado desde muito jovem tanto com o contexto tradicional, a partir de sua infância no Maranhão, e ao mesmo tempo com o contexto de "artista trabalhador", Tião atualmente é ator, cantor, instrumentista, compositor, brincante, mestre de cultura popular, educador musical e líder comunitário transitando entre esses vários ambientes de forma natural. Sobre o trabalho artístico com sua banda, Tião explica:

> (…) a ideia de banda não para, ao mesmo tempo que eu gosto do regional, de fazer o bumba-meu-boi com matraca, maracá, (...) eu costumo falar que é ocupar espaços vazios, fazer o que outras pessoas não tão fazendo, o que não tá na moda (…) e fazer coisa de qualidade. (...) você vai pro palco, quer experimentar, daqui a pouco a gente botar uma marimba com tambor, (...) juntar essa africanidade, a marimba africana com o tambor de crioula, fazer isso aqui no Brasil é massa, tem um resultado muito bom. (Tião Carvalho, 2018)

Para Tião, levar o bumba-meu-boi para o ambiente do palco tem vários objetivos como: 1.dar luz ao Bumba-meu-boi, (pessoa brincante), enquanto artista possuidor de habilidades e saberes específicos; 2.dar visibilidade à tradição, mesmo que espetacularizada, fazendo-a transitar em espaços em que circula a classe média que, por várias razões, não frequenta "as quebradas, os terreiros" proporcionando um contato que, de outra forma, não ocorreria; 3.fortalecer a autonomia do Bumba-meu-boi (pessoa) enquanto sujeito capaz de tomar decisões, sendo responsável por elas e sem se deixar submeter a ideias de pessoas externas sobre o que é ou não é Bumba-meu-boi; 4.ocupar o espaço que lhe é devido enquanto arte, vendo o Bumba-meu-boi com tanta ou mais beleza e riqueza musicais quanto os gêneros que já nascem atrelados à indústria musical e ocupam o espaço de música de massa. "Então o bumba-meu-boi também quer tá lá. E ele pode. Ir e voltar. E ele quem responde." (Tião Carvalho, 2018). Dar voz e lugar de fala ao bumba-meu-boi (pessoa), ou ao mestre, como pretendo fazer neste trabalho, é facilitar a abertura dos canais de comunicação entre vozes dissonantes, grupos minoritários, numa tentativa de devolver a legitimidade que lhes é tirada pela hegemonia da cultura de massa e seus reflexos em nosso sistema econômico e social.

> (...) nego às vezes não quer estudar música brasileira e muitas vezes eu falo nas minhas palestras por onde eu vou, que é importante pra enriquecer o Brasil, porque a partir do momento que eu vou fazer essa arte e eu não recebo por ela ou recebo muito mal, outros não vão querer fazer, sabe? Nego vai dizer assim "eu não vou querer tocar pandeiro, tô vendo você tocar pandeiro a noite inteira sempre isso aí, eu

> vou tocar isso aqui, vou tocar guitarra, (...) vou fazer rock'n'roll, então eu não vou fazer essa música porque isso aí não dá grana, eu não vou sobreviver disso." (…) Tem muita gente que pensa a nível de sobrevivência também então isso é um trabalho (...), nem só o lado financeiro mas também, não eu, valorizando a mim, a todos nós, mas valorizando também a cultura, porque valorizando a cultura nós estamos nos valorizando. Nós estamos valorizando a cultura, valorizando nossos ancestrais, falando deles, e acredito que eles tenham deixado isso aí pra nós não inocentemente, certo? Eles deixaram porque sabiam que no futuro a gente ia precisar e aqui [São Paulo], não tanto, mas no Maranhão eu falo assim: se não fosse isso aqui, vai saber onde é, como, e se nós negros ainda estaríamos por aqui e como e/ou onde estaríamos. A negritude se pegou nisso aí, boa parte do Maranhão se apegou nisso. (Tião Carvalho, 2018)

Tião descreve a importância cultural do bumba-meu-boi para o povo negro do Maranhão na construção e afirmação da sua identidade, na aceitação da sua própria cultura, nas relações com a fé, com o Santo, com o todo, aponta o racismo estrutural que ainda existe na sociedade brasileira e indica o fortalecimento cultural e social da população negra como um caminho possível em direção à igualdade social:

> Eu fico meses me preparando praquele dia de glória, pra eu estar bonito, pra eu cantar, pra eu fazer meu show junto com minha turma. Não precisa necessariamente tá num clube, hoje em dia nem tem mais tanto clube, antigamente tinha os clubes de elite e não sei o que, então, onde essa classe não ia e a importância que também eu coloco, a importância dessa cultura pra nós brasileiros e brasileiras nos encontrarmos de igual pra igual, certo? A cultura, a capoeira, porque muitas vezes cê vai nos lugares, nos bancos, universidades, os negros que estão lá são serviçais, na maioria das vezes né. Hoje nós vamos, nessa relação, quebrando com muita calma essa coisa, não é de uma hora pra outra, mas outrora era… Por isso que quando eu vou na universidade eu falo parabéns pra vocês, parabéns pra mim. Que bom que vocês tão me chamando aqui e eu venho aqui, sento aqui e tô falando pra vocês, pra essa turma e tal, antigamente isso era impossível, ou quase que impossível. (Tião Carvalho, 2018)

Bhabha (2005) defende a necessidade de olharmos além das narrativas de subjetividades originárias iniciais e de iluminarmos os momentos ou processos decorrentes da articulação de diferenças culturais e, definindo esse contexto como entre-lugares, sugere que eles "fornecem o terreno para a elaboração de estratégias de subjetivação - singular ou coletiva - que dão início a novos signos de identidade e postos inovadores de colaboração e contestação, no ato de definir a própria ideia de sociedade." (Bhabha, 2005, p.16). Ainda sobre os entre-lugares e o potencial de desenvolvimento que eles contém, encontramos em Bhabha as seguintes questões: "De que modo se formam sujeitos nos entre-lugares, nos excedentes da soma das partes (geralmente expressas como raça/classe/gênero etc.)?" (Idem, ibidem) De que modo surgem as estratégias de representação ou aquisição de poder nas comunidades com histórias comuns de privação e discriminação?

Carvalho (2010) define além da espetacularização, a canibalização, que ocorre quando há a incorporação de uma forma cultural à outra, levando consigo suas características próprias (Carvalho, 2010, p.66). O primeiro passo no processo de canibalização seria a re-

contextualização e a ressignificação do que antes circulava no contexto das culturas populares, sendo extraído por alguém da elite movido por um interesse artístico.

5. Considerações finais

Entendo que o conceito de canibalização não se aplica completamente ao caso de Tião em relação às suas atividades enquanto líder comunitário e mestre de cultura popular e sua carreira musical como artista solo, mas encontro semelhanças que me levaram a perceber que Tião ocupa um entre-lugar, transitando entre várias profissões, várias funções e também entre vários papéis sociais, visto que, para além da convivência que tenho com ele, em sua fala nota-se que ele se localiza tanto como parte da comunidade, do grupo minoritário (nesse caso a população negra desfavorecida pela desigualdade social), quanto como intelectual esclarecido, refletindo sobre as condições precárias impostas a determinados grupos pelo sistema econômico capitalista e seu reflexo na manutenção da desigualdade social, sobre seu papel enquanto educador e artista pertencente ao mercado da indústria fonográfica e do entretenimento, e por consequência um constante negociante do valor da sua arte, expandindo esses conhecimentos para as negociações que decorrem do processo de espetacularização do bumba-meu-boi e do trabalho do Grupo Cupuaçu. Por fim, foi possível perceber que Tião está atento às negociações que o mercado atual impõe aos grupos de cultura popular e busca estratégias que possibilitem tanto a difusão quanto a manutenção das tradições populares no Brasil.

Referências

BHABHA, Homi K. **O local da cultura.** Ed. UFMG: Belo Horizonte, 2005.
CARVALHO, José Jorge de. **'Espetacularização' e 'canibalização' das culturas populares na América Latina.** Revista ANTHROPOLÓGICAS, ano 14, vol.21 (1): 39-76 (2010)
CARVALHO, Tião. Entrevista concedida à autora, gravada em áudio e vídeo em novembro de 2018. São Paulo.
VICENTE, Eduardo. **Da vitrola ao iPod: uma história da indústria fonográfica no Brasil.** São Paulo: Alameda, 2014.
ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira.** São Paulo: Brasiliense, 1988.

Notas

[i] Ver http://hibridos.cc/po/rituals/casa-fanti-ashanti/ e https://www.facebook.com/caixeirasdafamiliamenezes/