

Os inimigos da democracia musical ligada à viola caipira no cenário paulista

Áutor: Fábio Nunes da Silva

1. Introdução

Há pelo menos duas décadas, um segmento da música brasileira produzida no estado de São Paulo teve uma movimentação de grupos e artistas individuais que passaram a intensificar busca de sonoridades vinculadas à música tradicional de origem rural (Zan, 2003). A divulgação do trabalho artístico desses músicos independentes passa a ser um desafio no Brasil, uma vez que estes concorrem num mercado que atua sob regras ditadas por grandes empresários e gravadoras, num contexto atrelado sobretudo aos meios televisivos, radiofônicos (Silva, 2010).

Atualmente a possibilidade de formar público por meio de circuito de shows tem sido um caminho de agregar pessoas para divulgar o trabalho musical, vender discos e dar continuidade à obra artística.

O Serviço Social do Comércio (SESC), no estado de São Paulo, tem dado considerável espaço à viola caipira em programas destinados a esse instrumento nas unidades da Capital e do interior, sendo alguns deles permanentes, como em Catanduva com o “Café com viola” e em São Carlos com o “Cantinho da viola”. Diferentemente dos programas lançados em editais públicos com a finalidade de abrir processo de seleção para escolher artistas que serão contemplados em turnê para divulgação de seu trabalho. As unidades do SESC atuam de maneira autônoma, fazendo seleção mensal de artistas e grupos que se apresentarão em cada unidade. Dessa forma simplificada, um artista envia material de divulgação às programações do SESC e negocia datas e cachês dentro das tabelas da instituição. Geralmente o público da instituição busca espetáculos coerentes com a sua linha de programação, isto é, não procura um show no SESC por modismos, mas na garantia de ver algo selecionado pela unidade, mesmo que nunca tenha visto o trabalho artístico.

Paralelamente ao circuito Sesc, algumas cidades têm procurado caminhos destinados ao destaque da cultura do interior por meio de festivais culturais em que se destaca também esse instrumento. Em Jaú, por exemplo, ocorreu o *Festival Caipira*, em que se apresentaram em 2010 e 2011 Zeca Collares, Zé Mulato e Cassiano, Inezita Barroso, Ricardo Anastácio, Levi Ramiro, Ivan Vilela, Passoca, Ricardo Vignini, Índio Cachoeira e outros nomes ao lado de artistas populares, como os mestres de cururu da região de Piracicaba e de Botucatu, além das participações das duplas “anônimas” de caipiras que se apresentavam em palcos grandiosos. Em Irapuru, no oeste paulista, ocorre há mais de dez anos o festival *Caipirapuru*, do qual participam nomes vinculados a esse instrumento residentes não só no território paulista, mas também em outros estados, levando um público de dez mil pessoas por dia de espetáculos, o que equivale aproximadamente a um terço da cidade. A cidade de Salto também tem dado contribuição nesse circuito. Em 2011, realizou-se



a 4ª edição do “Violas e Ponteios”, evento em que organizadores também promovem a convivência entre “lendas vivas” da viola caipira com violeiros “anônimos” das duplas de Salto, Itu, Sorocaba, Botucatu, Piracicaba, Bariri, Mauá, Americana, Indaiatuba e outras. Artistas famosos, como Cacique e Pajé, Zé Mulato e Cassiano, Liu e Léu, Craveiro e Cravinho, representantes de uma geração mais antiga de violeiros, dividem palco e camarim com Levi Ramiro, Osni Ribeiro, Júlio Santin, trio Tamoyo, Ari Freitas e Zé Lourenço e a Catira de Dois Córregos, O Fandango Batido da Cananeia e muitos outros artistas populares, como o mestre Carlos Caetano e Toninho Paes do cururu de Sorocaba e Piracicaba, respectivamente.

Nesses eventos todos, os artistas expõem e comercializam seus álbuns de maneira bastante expressiva já que os discos custam entre R\$ 10,00 e R\$ 20,00 aproximadamente, pois não há terceiros entre o artista e o público consumidor desse produto fonográfico. Estabelece-se nessa questão uma importante relação proporcional: quem tem agenda mais atrelada a esses e a outros eventos desse circuito autônomo tem mais oportunidades de venda de seus discos. Por outro lado, o artista que tem menos oportunidade de atuação nesse circuito passa a ter mais dificuldade para divulgar e comercializar seu trabalho.

Essa é a grande diferença entre o circuito dos violeiros que atuam no estado de São Paulo e o circuito de duplas “sertanejas” vinculado à indústria dos rodeios, também conhecido como “universitário”, no qual se veiculam as músicas também chamadas de sertanejas, pois neste, por exemplo, as grandes gravadoras ou redes de mídia televisiva de alcance nacional, fornecem condições para que as apresentações musicais ocorram por meio de venda de ingressos a um público que não questiona os valores incomparáveis ao que se paga por uma apresentação do circuito dos violeiros num teatro, por exemplo. A produção dos espetáculos do circuito falsamente identificado como “sertanejo universitário” também é de extrema grandeza, na qual se empregam recursos tecnológicos que destoam da realidade e da cultura dos caipiras que produzem músicas com violas caipiras. A divulgação e venda de discos e arquivos digitais das duplas sertanejas “universitárias” se inserem num esquema empresarial muito mais abrangente do que o artesanal sistema de distribuição e venda do trabalho dos violeiros já que estes concentram as atividades que envolvem também criação e produção de sua música.

Para lidar com funções acumuladas ao violeiro no que diz respeito à produção e divulgação de seu trabalho, a internet passa a ser ferramenta fundamental, principalmente para o envio de arquivos para as poucas rádios que se propõem a tocar essa música mais vinculada a uma estética mais acústica, que faz menções à música tradicional da cultura do Sudeste, Sul do Centro-Oeste e Norte do Paraná. Por meio dessa ferramenta de comunicação, teríamos indiscutivelmente uma cena musical mais abrangente, proporcionando ao público consumidor opções de estilo musical. Assim, em redes sociais, em sites e blogs próprios ou postagens de vídeos no You tube, temos muitas opções para o acesso a diversificadas músicas e estilos, entretanto não acontece a democracia dos espaços por várias razões que iremos discutir aqui.



2. Objetivo

Diante da realidade que liga público e artistas por meio de diferentes plataformas, este trabalho consiste em identificar elementos que apontem para uma possível ausência de democracia no que diz respeito à escolha por parte do ouvinte acerca do que se ouve ou também no que diz respeito à ausência de espaços para execução do trabalho artístico-musical, envolvendo parte do segmento dos violeiros que atuam no estado de São Paulo. Tal estudo é estruturado a partir da leitura de “Os inimigos íntimos da democracia”, de Tzvetan Todorov, fazendo apontamentos sobre a relação que se estabelece entre o exercício da democracia e a realidade que envolve o contexto em que se inserem os violeiros que atuam no estado de São Paulo. As dificuldades de competir com a formação de público no processo de divulgação da obra artística e uma possível quebra de identidade com parte desse público almejado também serão apontadas, já que, em números de plateia, existem dificuldades geradas pelo próprio mercado no qual esses artistas se inserem.

Essas dificuldades começam com a ação vertical dos veículos massivos. Por exemplo, diversos programas de televisão, já foram delineados para a formação de públicos específicos (Leão e Nakano, 2009). O SBT, por exemplo, no final da década de 1980, já tinha à frente o “Sabadão sertanejo”, apresentado por Gugu Liberato a um público que se tornaria frequentador dos eventos voltados ao agronegócio, nos quais se comercializariam produtos de elevado valor, tais como veículos automotivos, marcas de cervejas, de roupas, perfumes e muitos outros. Assim, viu-se a criação de vínculos entre uma música falsamente apresentada como sertaneja simbolicamente empregada como vinheta de comercial de produtos agropecuários e outros bens da indústria num contexto de extremo estímulo ao consumismo tal como é a Festa do Peão de Boiadeiro de Barretos, a Festa do Peão de Boiadeiro de Ibiúna, e também as festas de muitas outras cidades que se portam como capitais regionais.

Entretanto, nos últimos anos da década de 1990, assistiu-se a uma queda do poder de um conjunto de gravadoras conhecidas como *majors* e o surgimento de possibilidades baratas de distribuição de conteúdo musical em formato digital, não mais dependentes de suportes físicos. Nesse momento, abriram-se caminhos a trabalhos criados pelos violeiros que evidenciam não só apuro técnico, mas também profundo conhecimento rítmico e histórico sobre a música tradicional paulista e brasileira, como se vê nos álbuns “Feito em Rendas” (2009), de Zeca Collares e “Na trilha dos coroados”(2009) de Levi Ramiro ou no álbum “Sentimento matuto”(2006), de Júlio Santin, “Violeiro brugre” (2008), de Índio Cachoeira, “Na zoada do arame” (2010), de Ricardo Vignini. Questiona-se por onde a indústria amarraria venda de outros produtos associados a essa música. Com a criação das redes sociais específicas de música, como *myspace*, Clube Caiubi de Compositores, Violeiros do Brasil e, principalmente por meio do youtube e do facebook, violeiros do circuito paulista e dos circuitos de outros estados obtiveram acesso a seu público



como via alternativa, entretanto não se tem um número expressivo de acesso tanto aos sites desses artistas ou de seus perfis nas redes sociais.

3. Metodologia

Segundo Fragoso et al., um ambiente de internet é considerado como público quando é aberto e disponível a todos. Por meio de buscas na internet, e o acompanhamento de programações de unidades de Sesc e de Festivais de cultura popular, foram escolhidos quatro nomes de violeiros para os quais se enviou um breve instrumento a ser preenchido acerca de seu trabalho com 12 questões sobre a formação do artista, região em que atuava, recursos para registro de sua obra e caminhos adotados para divulgação. Assim, as perguntas foram enviadas a um violeiro da região de Bauru no noroeste do Estado, outro violeiro atua na região de Sorocaba a cem quilômetros da Caipital, um terceiro identifica-se como atuante de Votorantim, próxima de Sorocaba e o ultimo entrevistado se apresenta como violeiro de Campinas, também a cem quilômetros de São Paulo. Os quatro nomes escolhidos têm trabalho resultado de densa pesquisa rítmica e cultural. Esses artistas também atuam no circuito SESC, nas feiras culturais e divulgam, de maneiras diversificadas, seu trabalho na internet. O arcabouço teórico metodológico incluiu como referência a bibliografia apontada nas referências, destacando-se TODOROV (2012) e APPADURAI (2009). Este artigo conta ainda com pesquisa empírica realizada há mais de década por parte do autor.

4. Discussão

Mesmo com densas pesquisas feitas para gerarem seus trabalhos artísticos, nota-se uma inexpressividade de números de vendagem de discos e de shows se comparada com a vendagem das duplas sertanejas do circuito “universitário”, já que estas se inserem em grandes esquemas de divulgação por meio de apoio de agências de publicidade formadas por competentes equipes multidisciplinares de profissionais.

Em parte, pode-se considerar que alguns dos preconceitos que sempre existiram em relação à cultura caipira se estendem à aceitação da música produzida pelos violeiros caipiras uma vez que estes, em temática comumente abordada em seus álbuns, reverenciam certa nostalgia da realidade tida como atrasada por grande parte da população que migrou da zona rural para a cidade nas últimas décadas. Essa realidade é representação de uma identidade totalmente negada por parte da população das cidades, predominantemente de origem rural. Segundo Hall (2006), a identidade se preenche a partir de nosso exterior, isto é, da forma como queremos ser vistos. Dessa maneira, a dissociação da imagem do Jeca, atrasado, se dá também pela negação da música



caipira. Partir para uniformização daquilo que se ouve é uma das metas da indústria da música de massa. Para Todorov, porém, a redução do plural ao único é uma prática que se opõe à democracia. Toda a variedade rítmica presente na música caipira ou na música que os violeiros executam com viola caipira é massacrada pela ditadura imposta pelos poucos gêneros explorados pelos músicos do nicho sertanejo universitário.

A questão da oposição entre modismos gerados por produtores fonográficos e o fortalecimento de vínculos com a história do caipira pode ser refletida pelo apontamento de Magalhães (1975) em *O Selvagem* quando conta que José de Anchieta aproveitou-se de uma dança religiosa dos indígenas, o cateretê, com a finalidade de aproximá-los ao cristianismo. Dessa forma, introduziu essa dança nas festas de Santa Cruz, Espírito Santo, Conceição e São Gonçalo. Essa associação entre a tradição indígena, a religiosidade e a cultura caipira existe em São Paulo, no Rio de Janeiro, em Minas gerais, Goiás, Mato Grosso e em outros estados.

O cateretê, também denominado catira, é um tipo de dança que se realiza com combinações de palmeados e sapateados. Tais movimentos são marcados, desde os tempos de Anchieta, pelo acompanhamento da viola, instrumento que fora trazido de Portugal que, em território brasileiro, passou a ter características e nomes locais: viola de arame, viola sertaneja, viola de buruti, viola de cocho, viola de cabaça, viola dinâmica, viola brasileira e, a mais famosa denominação, viola caipira. Para Todorov, a ausência de reflexão histórica pode ser entendida como ausência da democracia.

Por estar presente em todo o território nacional, tal instrumento pode ser apontado como elemento que gera certa identidade entre grupos que podem se diferenciar por outros elementos, tais como geografia, indumentária, gastronomia, sotaque, mas se igualam num arcabouço rítmico presente em distintos estados. Essa pluralidade confirma a necessidade de um estado musical democrático contra aquilo que se poderia chamar de ditadura que conduz ao único proposto pelo circuito sertanejo universitário. Encontram-se variações da música caipira, ou seja, pagode, cururu, cipó-preto, toada, moda campeira, guarânia, rasta-pé, querumana, recortado, e outros ritmos (Rui Torneze) não só no território paulista, mas em todo o território nacional.

De acordo com DaMatta:

A construção de uma identidade social é feita de afirmativas e negativas diante de certas questões. Tome uma lista de tudo o que você considera importante – leis, ideias relativas a família, casamento e sexualidade, dinheiro, poder político, religião e moralidade, artes, comida, prazer em geral – e com ela você poderá ver quem é quem.



Dessa maneira, podemos associar as ações dos veículos publicitários, que valorizam bens materiais industrializados, novos, modernos à negação de uma arte que remete ao tosco, à privação dos habitantes do campo, ao atraso gerado pelo isolamento e à ausência de acesso a informações. Enquanto as duplas do sertanejo “universitário” anunciam automóveis modernos, celulares de última geração e fazem apresentações espetaculares, com recursos tecnológicos que fazem brilhar os olhos da plateia, os violeiros mantêm o discurso de que é importante as pessoas valorizarem a dança da catira, o desafio de cururu e a nostalgia da vida rural. Isso sem o aparato da tecnologia numa apresentação intimista num espaço urbano. Segundo Canclini (1997) a hibridação cultural se dá no processo de expansão urbana por meio da migração do espaço rural para o urbano. É comum que uma parcela dessa população migrante busque a identidade com o novo, aparentemente “moderno”, como a música eletrificada do “neo” sertanejo, embora haja ainda essa mistura de elementos rurais e urbanos no cotidiano da maioria das pessoas que expandiram a população das cidades sendo fruto da migração. Para DaMatta (1997), a construção de uma identidade é feita de afirmativas e negativas diante de certas questões. Uma questão está ligada à música. Destacamos também que existe uma prática comum que força a relação de identidade da massa com a música sertaneja universitária: o pagamento de uma propina denominada “jabá”. Para Barbosa (2006), essa prática é mais um “Jeitinho” brasileiro para fazer adequações no campo financeiro.

No campo da arquitetura urbana e social, Teresa Caldeira discute a segregação da sociedade por elevados muros, dando aos condôminos uma área protegida e livre só a eles, que pagam por tal espaço. Metaforicamente podemos dizer que o jabá é um tipo de enclave fortificado que isola no “Star System” aqueles que podem pagar para atingir esse “status artístico”, entretanto as concessões de canais de comunicação são de propriedade do Governo e são cedidas para atenderem um interesse público.

Embora marcas da cultura caipira se mantenham nitidamente vivas no interior paulista, tais como o sotaque, a culinária, a reverência aos folguedos que compõem o calendário cultural paulista, ocorre uma tendência de valorização de novos elementos oferecidos pela indústria e pelos veículos de comunicação de massa num crescente processo que descaracteriza o caipira no espaço em que vive, promovendo processos de inversões no que diz respeito à representatividade. Assim, se existe a internet para permitir uma condição mais ativa aos internautas num processo de comunicação, a televisão ainda direciona uma expressiva parcela do conteúdo acessado na rede, fortalecendo grupos que constituem maioria, sem vínculos com o processo histórico do grupo em que se insere, já que as referências passam a ser demagógicas, conforme afirma Todorov (2012), isto é, os meios massivos se utilizam de táticas que impulsionam a cultura da demagogia com frases curtas e rápidas, acompanhadas de imagens que incentivem um sentimento de identidade com os produtos apresentados pela indústria cultural.



Acrescido a essa realidade, existe o componente da dificuldade de manejo das ferramentas oferecidas pela internet no processo de divulgação da obra dos violeiros. A questão não é postar arquivos em mp3 nas vias direcionadas do myspace, you tube, blogs ou facebook, por exemplo, mas como estabelecer outros links com a música, num processo de interatividade que possa converter aquele arquivo em três elementos: a amostragem de um produto artístico, a compra de um album ou arquivo pelo internauta e, por fim, o estabelecimento de uma agenda de apresentações em espaços variados, concretizando ativa relação entre artista e público.

Apesar de todas as ações tomadas pelos violeiros para se desviarem do *establishment* criado pela indústria fonográfica, os artistas do movimento ligado à viola se esbarram em dificuldades de lidar com a internet num contexto em que essa ferramenta define novas perspectivas de democratização do espaço a ser ocupado por diferentes parcelas de artistas vinculados aos diversos circuitos. Há invisíveis enclaves fortificados que barram o livre acesso de artistas a um outro imaginário espaço: aquele em que se exerce a liberdade da expressão artística.

Entre as questões empregadas no instrumento enviado aos violeiros, há uma que questiona sobre dificuldades para divulgar na internet. Dos quatro entrevistados, só o de Campinas reconhece ter dificuldade de lidar com essa ferramenta, entretanto esse artista é um dos coordenadores de um portal patrocinado por grande empresas, no qual se divulga grande número de artistas. Os outros três entrevistados não reconhecem dificuldade em lidar com a internet para divulgar seu trabalho, mas fazem ressalva quanto à ausência de programas de televisão voltados para o gênero ou para música instrumental. Reconhece-se a preocupação com a qualidade artística sobrepondo-se às exigências que a indústria cultural estabelece no mercado, ou seja, existem muitos artistas cuja preocupação com a qualidade de sua obra se destaca além das preocupações com cumprimento de enquadramento de seu trabalho num nicho, indiferentes às ações do marketing cultural.

A relação entre produzir arte e os interesses da indústria que dá porte a esses artistas limita-se na capacidade de apropriação dos artistas de ferramentas disponíveis a todos, mas inacessíveis a eles por elementos que podem estar relacionados ao *modus vivendi* dos representantes dessa corrente artística. Um estado democrático no cenário da música, na reflexão proposta por Todorov, requer uma forma de acesso ao poder, com a finalidade de promover melhoramento da sociedade e também promover aproximação de exercício do poder que valorize o pluralismo.

5. Considerações finais

Para avaliar a relação gerada entre público, violeiros e artistas do circuito universitário da música sertaneja do “Star System”, buscamos aporte nas palavras de Appadurai (2009), o qual afirma que a velocidade com que as modernas sociedades

globalizadas promovem a uniformização de valores e necessidades, que podem, de um lado, gerar um sentimento de identidade nacional e, por outro, o desapego de tradições locais e regionais, gera o que o autor chama de “incerteza social”, ignorando suas origens e misturas étnicas e levantando a questionamentos sobre quem faz parte de “nós” e quem faz parte do “eles”. Entre os vários tipos de incertezas apontados, destaca-se aquela que um indivíduo pode questionar se é algo que diz ser ou parece ser ou tem sido historicamente. Para o autor, a subordinação de um grupo em relação a outro é uma forma de violência e, em alguns casos, podemos empregar o o termo “etnocídio” quando se trata de uma nacionalização de poucos gêneros musicais que emergem por meio de ações da indústria, tais como o mencionado sertanejo universitário, o pagode, o axé *music*, o *funk* ostentação e ainda correntes do pop rock nacional.

Em parte, pode-se considerar que os preconceitos que sempre existiram em relação à cultura caipira se estendem à aceitação da música produzida pelos artistas que se ligam à viola caipira, uma vez que estes, em temática comumente abordada em seus álbuns, reverenciam certa nostalgia da realidade ligada ao período da produção cafeeira no estado de São Paulo. Essa realidade rural, ainda que num plano nostálgico para alguns, é a parte da composição de um histórico totalmente negado por parte da maioria da população das cidades, predominantemente de origem rural, que deveria fazer parte da identidade dessa população. Com o mesmo intuito, vincular-se a nomes do “Star System” e a suas representações de sucesso, é um caminho para a evolução de cada indivíduo na busca de ascensão social, na aquisição de bens de consumo modernos, na evolução de moradias, no acesso à saúde, ao saneamento básico e em outros aspectos de poder e sucesso (Appadurai, 2009).

Nesse contexto, a indústria cultural segue impondo elementos que geram incertezas sociais, ancorada na busca de identidade em aglomerados urbanos, numa característica forma de violência. Ao criar produtos para atingir o grande público, a indústria cultural se expõe ao risco de promover o vazio, materializado em empobrecidas canções de amor ou em canções com letras metalinguísticas que consistem em reproduzir a dança sensual dos artistas que a executam.

Num movimento de resistência ao fenômeno exposto, uma música mais próxima das origens caipiras tem sobrevivido em comunidades rurais, periféricas e entre pessoas que mantêm alguma ligação com o campo, inserida em folguedos de diferentes grupos, que atuam exercitando e disseminando essa culturatão resistente aos inúmeros elementos que procuram colocá-la como uma cultura inferior.

6. Referências

- 1- APPADURAI, A. O medo ao pequeno número: Ensaio sobre a geografia da raiva. São Paulo: Iluminuras: Itáu Cultural, 2009.
- 2- BARBOSA, L. Jeitinho brasileiro, Rio de Janeiro: Campos . 2006 64 p.
- 3- CALDEIRA, T. A cidade de muros, São Paulo: Edusp. 2000
- 4- COLLARES, Z. <http://www.zecacollares.com/BR/>
- 5- COLLARES, Z. <http://www.facebook.com/zecacollares>
- 6- CANCLINI, N. G. Culturas Híbridas. São Paulo: Edusp, 1996. 285 p.
- 7- DAMATTA, R. O que faz do brasil, Brasil? Rio de Janeiro. Rocco, 17 P.
- 8- FRAGOSO, S.; Recuero, R. A. Métodos de pesquisa para internet. Porto Alegre: Sulina, 2012. 21 p.
- 9- FREIRE, P. <http://www.paulofreirevioletto.com.br/>
- 10- FREIRE, P. <http://www.facebook.com/paulo.freire.75>
- 11- HALL. S. A. identidade cultural na pós-modernidade. São Paulo. DPA. 2006. 39 p.
- 12- LEÃO, J; Nakano, D. O impacto da tecnologia na cadeia da música: novas oportunidades para o setor independente. In Perpetuo, I. (org.). In: O futuro da música depois da morte do CD. São Paulo: Momento editorial, 2009. 15p.
- 13- MIRANDA, R. <http://www.facebook.com/mi.brithos>
- 14- RAMIRO, L. <http://www.leviramiro.com.br/>
- 15- RAMIRO, L. <http://www.facebook.com/leviramiro.silva>



- 16- SILVA, F. Cobertura dos eventos de viola caipira pelo jornal *Cruzeiro do Sul* na região Sorocabana. Piracicaba, Unimep, 2010, 5p.
- 17- SILVA, F. *Violas Paulistas*. São Paulo: Sesc Pompeia 2011
- 18- TODOROV, T. *os inimigos íntimos da democracia*. São Paulo: Cia das letras, 2012
- 19- VOA VIOLA, <http://www.voaviola.com.br/main.php>
- 20- ZAN, JR. Música popular brasileira, indústria cultural e identidade. *EccoS Rev. Cient., UNINOVE*, São Paulo: n. 1.2003. 105-22 p.