

MODELO

PRIMEIRA VERSÃO

CARLOS RODRIGUES BRANDÃO

**OURO PRETO:
ARTE, ANTIGUIDADE E ARTESANATO**

IFCH/UNICAMP
No. 15 - 1990

Primeira Versão é uma nova publicação do IFCH. Destina-se a abrigar aqueles trabalhos de circulação restrita, seja porque são parte de uma pesquisa em andamento, seja por estarem voltados para atividades didáticas, ou ainda, são 'papers' apresentados em reuniões fora do âmbito do Instituto.

Primeira Versão é, portanto, uma publicação predominantemente voltada para a circulação interna; mas, por isso mesmo, pode vir a preencher um papel importante na vida acadêmica e intelectual do IFCH.

Primeira Versão está aberta a todos os professores do Instituto. As propostas de publicação deverão respeitar o limite máximo de 50 páginas e sua tiragem será em torno de 70 exemplares. Os originais devem ser entregues no Setor de Publicações.

Comissão de Publicações

OURO PRETO : ARTE, ANTIGUIDADE E ARTESANATO

Carlos Rodrigues Brandão
Deptº de Ciências Sociais do IFCH

A CULTURA NA RUA. OURO PRETO

Ao longe, entre morros verdes, que é o que mais há em Minas, fora o Pico do Itacolomi nada há em volta que diga a quem vem de fora que se vai chegar em uma cidade: Ouro Preto, mais do que Diamantina, Congonhas, São João Del Rei e todas as outras, empapada de história. De alguns anos para cá não apenas uma "cidade histórica", mas um lugar "patrimônio cultural de humanidade", com o aval da UNESCO. Por isso, mesmo, ainda que a natureza ao redor não antecipe a mineiros e forasteiros qualquer coisa fora do comum, desde que avista da janela a torre da primeira igreja o olhar do viajante se prepara para espantos. Porque não se chega a Ouro Preto como a qualquer cidade "a história e a cultura o esperam e o espreitam, homem de fora, seja digno". Depois é um casario tanto mais antigo quanto mais se desce da rodoviária ao centro. Um ar em tudo de que as pedras, as pessoas, as casas e até os pássaros "resistiram ao tempo". O arruado das ladeiras em todas as direções, mas convergindo ao grande Lago cercado por prédios públicos solenes e várias antigas

igrejas onde o sagrado parece ser, "ali", consagrado pelo "peso dos anos": a Praça Tiradentes. Até as casas pobres, quando antigas, exigem que ali se entre com respeito. Encostadas umas às outras elas são também parte "da história" do lugar e, fora isto, têm todas, segundo os seus donos, a sua própria história.

Por isso, entre os que chegam para "conhecer Ouro Preto: há um sentimento geral de que até se veio em uma espécie de romaria cívica. Ao contrário de Congonhas durante os festejos do Jubileu do Senhor de Matozinho, aqui o sagrado é a história e, mesmo na Semana Santa, o que se busca entre as igrejas que valem mais como museus e monumentos é uma espécie rara e diversa de cultura que, como "evento", "lugar" ou "objeto", acredita-se que tenha "preservado" os valores e os símbolos "de nossa história". Uma cultura guardiã, portanto, de nossa própria identidade nacional.

As companhias de turismo anunciam nos jornais do Rio de Janeiro e de São Paulo viagens de férias ou feriados a diferentes locais do país. A cada um você vai a uma coisa diferente, às vezes a duas, três. Você pode ir a Foz do Iguaçu - "um espetáculo único da natureza" - com a vantagem adicional de aproveitar os cassinos e as compras do "lado paraguaio". Pode ir à "Amazônia misteriosa" - promessa de índios e jacarés - ou à "inesquecível Bahia", onde a esperança de sensualidade exótica acrescida à comida típica e a um rosário de festas escamoteia o "valor da história" e o "peso da cultura", que são solenes e sérias nas cidades históricas de Minas. Por isso mesmo, ali sempre se vai com intenções nobres, onde cabe melhor o nome de "culturais". Do mesmo modo como a Caldas Novas, em Goiás, se vai à pura natureza, às "aguas quentes" e à volta delas tudo se faz. Assim como a Campos do Jordão se vai ao "frio", onde os melhores hotéis anunciam lazeiras e um dos objetos que pelas ruas se compra com maior prazer são pequenos feixes de uma lenha que quando queimada dá ao ambiente um cheiro europeu de mata de pinheiros.

A Ouro Preto se vai para voltar ao passado e tudo o que se espera é o encontro com um tipo de cultura que o faça ressurgir vivo no meio das ruas. Sem serras e

sem praias, Ouro Preto se dá a si mesma ao viajante. É a ela, inteira, que se vai, Festas? Que sejam tão religiosas e sobretudo tradicionais quanto tudo ali. Pois já que tudo "ali" parece ser, mais do que em qualquer outro lugar do país, uma inigualável vida coletiva de "vultos" e "pessoas comuns" - senhores e escravos, inconfidentes e governadores do Reino, sacerdotes e poetas - embriagados de história e de religião, que mesmo o que é novo esteja revestido de um sinal unificador: o da tradição. "A Semana Santa em Ouro Preto", parada no tempo, soleníssima: missas, rezas lentas e procissões de um comovente pesar.

Eis o que sugerem anúncios de jornais e volantes da TURMINAS⁽¹⁾. Entre a história (o folclore dos senhores) e o folclore (a história dos servos) oficialmente Ouro Preto só pode ser isto: a tradição. Dizer de lá qualquer outra coisa profana um lugar sagrado⁽²⁾. Se é assim que a cidade se anuncia, é necessá-

(1) Transcrevo fragmentos do volante colorido da TURMINAS sobre Ouro Preto

"Ouro Preto exige idas e vindas para se revelar intimamente. Mas é capaz de criar identificações imediatas e impressões inesquecíveis. Assim, caso você disponha de pouco tempo para percorrer suas ruas, onde velhos fantasmas, ávidos de ouro, continuam circulando pelas noites de neblina, cuidando dos tesouros nos quintais das casas centenárias, experimente guiar-se pelo roteiro que segue, não se esquecendo de programar logo outra visita com mais vagar..."

"Depois é hora de visitar o Museu da Inconfidência, antigo Palácio da Câmara e Cadeia, com seu mobiliário colonial e lembranças de um passado que se fez História."

(2) Em novembro de 1981 uma equipe do Projeto Cultural Ouro Preto (SPHAN, Pró-Memória, Universidade Federal de Ouro Preto, Prefeitura Municipal de Ouro Preto) publicou um documento coordenado por Luis Felipe Perret Serpa e Jose Maria Pena. Mais inteligente do que o outro, ele e de algum modo o oposto do volante da TURMINAS. Ao reconstruir os ciclos da formação arquitetônica e histórica de Ouro Preto, de 1698 até hoje, o documento procura desvelar todo Ouro Preto, primeiro como texto, depois, na sequência de imagens fotográficas que propõe.

"Ouro Preto representa nesse processo um símbolo de nossas raízes, testemunho arquitetônico e artístico de nossa história. Desenvolve-se, pqr parte da intelectualidade brasileira, a ideologia da preservação de nossa identidade cultural, inicialmente sobre a força do conjunto urbano de Ouro Preto. Invade-se a autonomia da cidade e Ouro Preto torna-se cenário, enfoque que se cristaliza

rio perguntar se é também assim que ela é vivida. Por debaixo de uma aparência que tudo uniformiza, busca a face mais real da cultura fazer-se visível como variação e diferença nas maneiras como categorias de sujeitos idênticos, próximos e desiguais trocam entre eles ações, bens e sentidos com que tecem em Ouro Preto e desde Ouro Preto a trama de suas vidas e os símbolos do que acreditam ser e valer.

(02) (cont.) até os nossos dias. A Praça Tiradentes é o símbolo dessa ideologia

O processo de industrialização no Brasil atinge Ouro Preto, por causa de uma riqueza natural, a bauxita.

Inicia-se a fase de recuperação (1945), e durante esses anos cristaliza-se o problema contemporâneo brasileiro em Ouro Preto: toda uma ideologia de identidade cultural diante de um novo ciclo econômico, o ciclo do alumínio; até mesmo o protagonista principal desse ciclo é uma multinacional: a ALCAN.

Diante da ideologia das raízes culturais e preservação de nossa identidade, coloca-se um ciclo econômico gerido por uma multinacional. Hoje, Ouro Preto é uma cidade operária" (Ouro Preto: Contemporaneidade e Preservação. pgs. 18 e 19) O documento prossegue com revelações absolutamente ocultas ao turista e que um fim-de-semana festivo de julho esconde, a não ser de quem se aventura a subir os morros e descer as ladeiras pouco atrativas das periferias de uma cidade "oficialmente" reconhecida como existente apenas no interior de seu circuito histórico.

"Constroi-se, naturalmente, uma cidade nos morros e encostas em torno da cidade do ciclo do ouro. Esta nova cidade é a que corresponde ao ciclo do alumínio.

As atividades econômicas principais da cidade são: no setor secundário, a indústria do alumínio; no setor terciário, as atividades da Universidade. O turismo não tem representatividade econômica para o município.

Ouro Preto é um paradigma do problema contemporâneo brasileiro" identidade cultural e desenvolvimento. O que somos e para onde vamos?" (pg. 20)

A inteligentíssima sequência de fotos começa com a Praça Tiradentes, o grande largo onde parece que toda a história do país poderia estar simbolicamente condensada. Mas depressa desce ao Morro Queimada, onde um barraco precário aproveita as grandes pedras de um muro ainda em pé (de que século? feito por que escravos?) para fazer uma de suas paredes. Mais adiante ela apresenta, na estrada entre Ouro Preto e Mariana, um bairro operário cuja precariedade e feiúra não o distingue muito de qualquer outro, entre Betim e Contagem, à volta de Belo Horizonte. No Morro de Santana um criativo "barraco de lata" aproveita o "Lixo industrial da cidade" Algumas "vistas gerais" de um "outro" Ouro Preto desvelam uma "cidade operária do alumínio" que a ALCAN, situada no Distrito de Saramenha, faz nascer à volta (mas aparentemente às escondidas) da velha "cidade do ouro"

UM PEQUENO ANÚNCIO DE FESTA

Perdido entre anúncios de cigarro e avisos de acontecimentos aparentemente mais importantes, um pequeno cartaz amarelo convoca quem chega para a:

*"Festa da Santa Cruz
da Ponte da Barra 1984
A comissão organizadora dos tradi-
cionais festejos de Santa Cruz da
Barra, tem a honra e satisfação de
convidar o nobre e culto povo ouro-
pretano e ilustres visitantes para
participarem das festividades con-
forme o seguinte Programa..."*

Abaixo dele - do que deve acontecer na sexta, sábado e domingo, de 20 a 22 de julho - e da relação dos cargos e nomes da festa, a cidade se festeja a si própria:

*"Salve Ouro Preto, Cidade Monumento
Mundial, na passagem de seus 273
anos"
"A hora é agora, vamos comemorar
juntos".*

Como é comum acontecer, o apoio à Festa de Santa Cruz é da Secretaria de Turismo, de uma gestão da Prefeitura Municipal que depois do nome do prefeito assina também o seu lema:

*"Preservando o passado, fazendo o
presente, construindo o futuro".*

Mas na última linha do cartaz, humilde como sucede ser entre os poderosos do país, o logotipo e o nome de uma multinacional comunica a todos que o "apoio cultural" é da "ALCAN Alumínio Brasil S.A.". Eis uma primeira surpresa da cultura. Haverá outras. Descemos as ruas.

UMA CIDADE QUE DÁ

Na verdade, para que haja entretenimento e "cultura para todos", em Ouro Preto as diferenças se apagam aqui e mais adiante se acentuam. No grande largo central calçado de antiquíssimas pedras, à volta do monumento a Tiradentes e rodeado de grandes prédios históricos (o antigo Palácio dos Governadores, o da Câmara, a Cadeia, a Casa da Ópera, a "dos Contos"), os objetos sagrados valem como profanos e, na igrejas, os profanos valem como sagrados. Museus e templos transformados uns nos outros guardam peças de "arte e história" consideradas como únicas e reveladoras privilegiadas de nossa "identidade nacional". Mas pelo chão das praças, na mureta dos adros e dentro de lojas e vendas de antiguidade, arte e artesanato, meninos pobres e donos de negócio comerciam, reproduzidos em infinitas cópias baratas, os mesmos objetos. O volante da TURMINAS oculta de saída, para revelar depois, o rito mais persistente que todos os que chegam procuram cumprir: comprar. Velhas chaves de grandes portas antigas, jogos incompletos de porcelana, utensílios de um suposto cotidiano colonial (onde um penico pintado pode se transformar em um caro e precioso objeto de centro de mesa) são oferecidos nas casas de antiguidades como "jóias de arte e cultura". Mas no mesmo antiquário, se ele for mais "popular", ou na rua, a vinte metros, reproduções de má qualidade dos "Profetas do Aleijadinho" ou xilogravuras com "vistas de Ouro Preto" e mais cinzeiros, potes e castiçais de pedra sabão (incontáveis, por toda a parte), tornam múltiplas e baratas a antiguidade e dão à arte preços de artesanato.

Quem foi alguma vez a uma romaria católica em Aparecida, Congonhas, Canindé ou Trindade sabe disso. Da mesma maneira como a Ouro Preto se vem à tradição, ali se vai à devoção e, iguais e opostas, as duas coisas não são sequer diferentes. Vai-se ao sagrado em um lugar onde por causa de algum acontecimento piedosamente acreditado como único e indiscutível (uma "santinha de madeira" colhida na rede por alguns pescadores), ele é simbolicamente mais forte e mais presente. Aos fiéis mais pobres, geralmente os que vão mais vezes "em ro-

maria", a viagem custa sacrifícios. Mas para todos, saldadas as dívidas com o santo, a romaria é festa. Parte dela: ver (nada mais comovente que uma "sala dos milagres", nada mais tentador do que um "cirquinho" ou um "rodeio"), parte dela: comer, outra parte: comprar.

A contraparte da igreja é a feira, mas as duas se misturam. Numa se paga a dívida - promessa - na outra se compra a alegria - desejo. Uma parte considerável do dinheiro de quem viaja em romaria é destinado a trazer do lugar santo objetos que sejam tanto os seus sinais quanto o sinal de que se foi "ali". Mesmo entre os mais pobres não há quem volte para a casa sem uma pequena coleção de objetos de oratório, brinquedos, coisas de cozinha e peças de roupas baratas que, mais do que necessários porque são úteis, são desejados porque são símbolos. Suprema glória: ter dinheiro bastante para pagar a um fotógrafo de praça uma foto da filha, do "parzinho de namorados" ou da "família completa", com o arremedo de um cenário pintado que comprove que se esteve "ali". Voltaremos a isto.

Parece difícil que uma "cidade histórica" que se oferece a romarias civicas e festas religiosas antigas, na realidade se dê como um mercado, onde mais do que em qualquer cidade comum tudo possa ser comprado e vendido pois todo o centro da "cidade monumento" multiplica lugares de comércio, ali onde o que serviu um dia à vida serve agora à venda. De resto, como poderia uma rara cidade carregada de atrativos para se viver, ver e comprar, escapar ao jogo das trocas do capital, que sutilmente (no volante da TURMINAS tudo parece ser ao mesmo tempo solene e gratuito) rege de muitas maneiras a ordem das transações não apenas dos produtos diretos de que é origem e guardião mas, igualmente, da cultura e da história?

Um fim-de-semana de julho ao mesmo tempo recobre de rituais e democratiza essa cidade coberta de igrejas. E não deixa de ser irônico que, justamente ali, no "Dia do Senhor" a cidade se abra desde cedo como exposição e mercado de tudo. Mas apenas a um olhar apressado ou muito convertido à propaganda das empresas de turismo (cujos ônibus despejam levas de curiosos) que negam à cidade o ser como a tornaram, justa-

mente para obterem do mito em que a transformam o máximo proveito do lucro, Ouro Preto sugere viver uma mesma vida uniforme e tradicional, entre a cultura e a história. A noite de sábado reage ao museu e a evidente diferença de intenções com que pessoas e grupos de pessoas vivem "ali" fragmentos da vida da cultura de/em Ouro Preto, conspira contra uma suposta ordem que pretenda igualar como se pode ser na cidade e viver ali: seja a vida do morador comum, seja a do viajante-romeiro de um dia ou dois.

FESTAS, FEIRA, FESTIVAIS

Desde o escurecer o largo central é tomado por bandos de jovens vindos de outros lugares, muitos de Belo Horizonte, vários de outras cidades do país. Afinal é julho e é sábado e embora há anos o Festival de Inverno da Universidade Federal de Minas Gerais não seja mais realizado ali, Ouro Preto tornou-se um ponto de encontro de jovens a quem horroriza o serem confundidos com os turistas. Lanchonetes, bares e restaurantes (as primeiras com nomes sempre modernos e os últimos com títulos quase sempre senhoriais) que circundam o largo e descem pelas ruas próximas, são tomados por casais ou grupos de jovens, casos de amor e amizade que Ouro Preto soleniza. Assim também os lances de escadas nos quatro lados da base do monumento a Tidadentes é um verdadeiro ponto de concentração deles. Vestidos com roupas usadas, "extravagantes" segundo os "do lugar" e os turistas mais mineiros, mas que são o uniforme colorido de sua própria condição, grupos de jovens bebiam, cantavam (havia, espalhados, três ou quatro violões), conversavam fiado, "se curtiam" (alguns entre beijos de espantar os fantasmas dos padres que vagam pela noite) ou "curtiam" simplesmente o momento de "estar ali". Entre aplausos e deboches um bêbado pobre, provavelmente um dos "tipos do lugar", berrava um discurso que ninguém entendia. Por alguns momentos ele conseguiu ser um espetáculo solitário e pateticamente silenciou todos os outros, concentrando no degrau alto de onde falava os olhares de muitos.

Esta festiva e crescente onda de jovens estava em Ouro Preto como estaria em Salvador (apenas com praia e trio elétrico ao redor), ou em Belo Horizonte, para "curtir a gente mesmo, aqui", como um deles confidenciou. De fato ocupavam como creem que são - e encenavam com ênfase o seu modo de ser - os lugares que julgavam mais apropriados da cidade antiga e cujos espaços invadiam de outros usos e símbolos, fazendo com que Ouro Preto em parte se redefinisse para ser, sendo um "ali" único, apenas um entre outros lugares até onde se vai fazer, com as pequenas variações que cada um sugere ou impõe, as mesmas coisas de um mesmo modo, que intenções e significados aparentemente iguais pretendem tornar universal. Julho sugere Ouro Preto, como janeiro sugere Salvador. Na verdade os verões, reinado da natureza em qualquer "paraíso tropical", conspiram contra a cultura e a consciência da história.

Quando em período de festas: como na Semana Santa, em São Benedito ou Tiradentes, eles fazem de suas próprias transas por momentos entremeadas do que fazem os "outros", o seu festejo. Mais do que para festas, vêm para festivais, como o "de inverno" no passado e, hoje, o fraquíssimo: "do vinho" (anunciavam algumas faixas para alguns dias adiante um "de música popular"). Nos fins de semana comuns criam rotinas com que pensam seduzir as regras, frouxas hoje, da rotina local. Evitam cuidadosamente as igrejas, tanto com piedades de fiéis quanto com espantos de turistas, mas fazem feira nos adros e à volta deles. Quando não dividem quartos com parentes "de lá", preferem as hospedarias mais baratas e se amontoam em pequenos bandos nos quartos sem banheiro. Alguns acampam e, por uma noite ou duas, há deles quem durma nos cantos de um jardim. Cruzando com os "outros" as mesmas ruas, invadem com a sua diferença a especialidade do lugar e, sensíveis a estarem em Ouro Preto, mas indiferentes ou mesmo hostis ao que acreditam fazerem ali as "pessoas comuns", compartilham gestos, falas, mochilas e músicas com que se identificam, como uma tribo ou uma cultura a que talvez valha mais à pena ver do que aquilo que se veio ver em Ouro Preto. Estavam abertas no sábado todas as lojas de artesanato e antiguidade à volta do largo, ou também

descendo as ruas. Mas no horário entre novelas e o Jornal Nacional estavam vazias de compradores, quase todos adultos e turistas confessos.

Descendo do largo a rua que vai a uma praça e ao adro da igreja de São Francisco de Assis, existe um lugar a que se deu durante julho o nome de: "Largo da Alegria", que uma grande faixa anunciava. Ali havia ao mesmo tempo: um resto de feira de artesanato que a manhã de domingo multiplicaria; a sobra de um "festival de vinho", na verdade uma casa pré-fabricada em forma de tonel onde se vendia barato e em copos de plástico "os melhores vinhos do Sul"; a promessa para mais tarde de um animadíssimo "concurso de música sertaneja". Do mesmo modo como no largo de Tiradentes, os mesmos jovens, mais do que turistas e a gente do lugar, tomavam conta do "Largo da Alegria". Entre a feira e o festival eles aos poucos abandonariam o lugar que turistas mais pobres e adultos, e velhos de Ouro Preto, ocupariam quando começasse o "concurso de música sertaneja".

O "Largo da Alegria" e suas imediações reuniam grupos muito diversos de pessoas em um mesmo momento, ou em horas sequentes. Durante todo o dia de sábado a igreja-museu de São Francisco de Assis estaria aberta à "visitação pública". Raros os jovens com meias coloridas e chapéus de penas. Ali as pessoas do lugar vendem ou trabalham e os turistas, também aos pares ou em grupos e com guias, acorrem à "cultura". É a eles que a igreja se destina e, fora datas absolutamente solenes, não há ofícios religiosos. No cair da tarde e no começo da noite predominam os jovens de fora e, mais à noite, adultos e velhos de fora e do lugar.

Na mesma noite de sábado e durante todo o dia de domingo um terceiro lugar de intensa concentração de pessoas era um quase oposto do largo central e do "da alegria", onde havia feira, concurso e festival. Embaixo e a um canto de saída da cidade, entre ruas de casas pobres de pessoas do lugar, à beira do rio do Carmo e na baixada conhecida como Ponte da Barra, realizavam-se os dois dias finais da Festa de Santa Cruz. Muito mais do que nas imediações do "concurso de música sertaneja", nas horas em que estive na rua da festa

não encontrei nenhum dos jovens de fora, a não ser de passagem.

Ao contrário de concursos e festivais, a festa é dita e vivida como "tradicional" e justamente essa tradicionalidade é um dos seus pontos fortes⁽³⁾. Talvez por isso mesmo e apesar da alegria ruidosa da música - primeiro a cargo da Banda de São Bom Jesus de Matosinhos e, depois, do Conjunto "Só Samba" - havia na rua e ao longo do rio apenas pessoas do lugar ou de cidades e arraiais próximos, em maioria pobres. Entre barracas e barraquinhas as pessoas "festavam", o que é um comportamento diferente do "curtir" um festival. Compravam pequenos objetos "industriais" trazidos de fora; participavam dos preparativos do que iria acontecer no domingo, a partir da "festiva alvorada"; ouviam a música e alguns ensaiaram dançar na rua quando

(3) Há diferenças sociais muito importantes aí. Elas dão a uma mesma ideia: o poder simbólico do tradicional (aquilo que é antigo, foi vivido e significado por ancestrais legítimos; é consagrado e, portanto, desejado no estado em que existe sem modificações (possui sentidos diversos. Em alguns estudos anteriores procurei demonstrar como em festas católicas "de santo", são os festeiros e participantes mais ricos e mais identificados com o zelo por um lugar (uma cidade, uma região, uma igreja) que consideram "seu" e, portanto, ancestralmente carregado dos símbolos de sua própria identidade (a da pessoa, a da família e, mais ainda, a de uma parentela) os que enfatizam o valor da festa como uma "tradição do lugar", cuja origem religiosa revestida de ser "daqui", consagra, sacraliza. Sujeitos mais pobres e, mais ainda, os migrantes remotos ou recentes, atribuem maior ênfase ao caráter propriamente religioso dos festejos e é porque aquilo é "de santo" que tem um valor como tradição, ali ou em qualquer outro lugar. Que a ninguém espante o fato de queromeiros (aqueles que vão ao sagrado em romaria, ao invés de passeá-lo em um seu lugar, em procissão - esta ideia é de Roberto da Matta) são em imensa maioria pessoas das classes populares, para quem o sentido da viagem ao lugar do culto e um sacrifício que o devoto faz para pagar uma promessa ou para atualizar uma devoção. Sobre festas ver: Carlos Rodrigues Brandão, O Divino, o santo e a Senhora, Rio, FUNARTE, 1978. Sobre romarias ver: Rubem Cesar Fernandes, Os Cavaleiros do Bom Jesus, São Paulo, Brasiliense, 1982; Elizabeth Travassos e Carmem Regina de Vargas, Romaria do Bom Jesus da Lapa na Bahia, Rio, FUNARTE/Fundação Cultural do Estado da Bahia, s/d; Daniel Gross, Ritual and conformity: a religious pilgrimage to Northeastern Brazil, Ethnology, abril 1971; Alba Maria Zaluar, Os Homens de Deus: um estudo dos santos e das festas no catolicismo popular, Rio, Zahar, 1983.

o conjunto começou a tocar; conversavam ou namoravam com um recato nada atraente para os jovens de fora que nas ruas de cima ouviam músicas, conversavam e "se curtiam" entre estilos muito diversos. Em algumas barraquinhas de "comes-e-bebes" alguns aproveitavam para fazer o seu jantar de festa e, como fosse julho, vendia-se mais quentão do que cerveja ou pinga pura.

Também no domingo, um dia muito mais cheio de atrativos de festa do que o sábado, não encontrei lá os jovens e muito menos os turistas que enchiam os outros lugares históricos ou tradicionais da cidade. Ao que tudo indica, a Festa de Santa Cruz não estava integrada no ciclo de festejos oficiais do mês de julho. Tradicional e popular demais para poder ser dada a turistas. Os acontecimentos festivos distribuíam-se no fim-de-semana de uma maneira algo semelhante à da comercialização de produtos de antiguidade, arte e artesanato que nos esperam adiante. Vejamos como. Colocados em conjunto, nos sábados e domingos de julho há acontecimentos cerimoniais promovidos por pessoas que se consideram como sendo "do lugar", para elas próprias; jogos locais dos times de futebol, as missas, uma festa familiar de aniversário ou casamento e a Festa da Santa Cruz são bons exemplos⁽⁴⁾. Há aconteci-

(4) Dificilmente alguém terá traduzido melhor o sentido, ao mesmo tempo afetivo e cultural, de acontecimentos que vão de uma briga de galos no fundo de um quintal a uma festa "de santo" como a de Santa Cruz na Ponte da Barra, do que Clifford Geertz.

"O que coloca a briga de galos à parte no curso ordinário da vida, que a ergue do reino dos assuntos práticos cotidianos e a cerca com uma aura de importância, não é, como poderia pensar a sociologia funcionalista, o fato de ela reforçar a discriminação do Status (esse reforço não é necessário numa sociedade em que cada ato proclama essa discriminação), mas o fato de ela fornecer um comentário metassocial sobre todo o tema de distribuir os seres humanos em categorias hierárquicas fixas e depois organizar a maior parte da existência coletiva em torno dessa distribuição. Sua função, se assim podemos chama-la, é interpretativa: é uma leitura balinesa da experiência balinesa, uma história sobre eles que eles contam a si mesmos" (Clifford Geertz, Um jogo absorvente: sobre notas a briga de galos balinesa, em: A Interpretação das Culturas, Rio Zahar, 1978, pg. 317)

Uma interpretação de tal tipo é a que deverá perspassar toda a minha investigação do sentido da cultura a partir da análise de como momentos e fragmentos dela foram vividos em um par de dias, na cidade de Ouro Preto.

mentos cerimoniais promovidos por pessoas e entidades do lugar para pessoas "de fora". Festas religiosas maiores, incluídas no "calendário turístico" da TURMINAS (de que participam também os "do lugar"), pequenos espetáculos de rua ou restaurantes oferecidos aos turistas, são exemplos. Assim como o "concurso de música sertaneja", circos e rodeios são promovidos por pessoas e entidades de fora para as pessoas do lugar, principalmente. Por último, alguns pequenos e grandes eventos festivos são promovidos "em Ouro Preto" por pessoas e instituições de fora para pessoas também de fora da região. Até quando existiu ali, o Festival de Inverno da Universidade Federal de Minas Gerais foi o melhor exemplo, e um atual seria do "Festival do Vinho"(5).

A situação poderia ser resumida da seguinte maneira, tomando um evento como exemplo de cada caso:

5. Faz mais de 10 anos que a Universidade Federal de Minas Gerais, em convênio com prefeituras locais e com o apoio de diferentes instituições mineiras e federais, promove em algumas das cidades antigas do Estado um Festival de Inverno em julho. Atividade eminentemente "cultural", o Festival reunia oficinas de estudos, pesquisa e criação, ao lado de concertos, espetáculos teatrais e cinema brasileiro. Durante vários anos o Festival de Inverno era o "Festival de Ouro Preto" e dirigia-se predominantemente a estudantes universitários de todo o país que viviam, "ali", o seu festival. Nos últimos anos ele foi transferido para Diamantina e mudou em parte a orientação de clientela e alguns dos seus objetivos. Ainda que o festival fosse prioritariamente uma atividade de e entre acadêmicos, houve um esforço para "integrar a comunidade" e convocar como participantes os seus habitantes, professores e artistas. Isto equivale a transformar um festival "ali", em um festival "dali".

Cerimônias Internas	Cerimônias Intermediárias	Cerimônias Externas
promovidas por pessoas do lugar para pessoas do lugar:	promovidas por pessoas do lugar para pessoas de fora:	promovidas por pessoas de fora para pessoas fora:
Festa de Santa Cruz	espetáculos artísticos de rua ou de restaurante	festival do vinho

Exploremos algumas diferenças. A pequena, pobre, mas "antiga e tradicional" Festa de Santa Cruz é uma articulação de ritos religiosos católicos eclesiais (missa, novena e procissão), rituais e gestos típicos do catolicismo popular (ternos de congadas, pagamento de promessas) e festejos concentrados entre serviços de trocas de lazer, música, dança, "brincadeiras de meninos" (não raro concursos e pequenas prendas) e trocas de bens (leilões, barracas de comida, barracas de objetos).

Tal como incontáveis outras pequenas e locais "festas de igreja", na cabeça de qualquer participante e, mais ainda, na de qualquer fiel praticante, a Festa de Santa Cruz é uma devoção coletiva. É um acontecimento religioso de devotos e fiéis onde o que se "festa" completa necessariamente o que se "reza" durante as situações de culto que, sabemos, começam oito dias antes dos dias finais (sempre um fim-de-semana) da própria "festa". Festa que para os menos devotos reduz-se a apenas esses dois dias: a véspera e o "dia do santo" que se festeja. Diferentes das grandes e também tradicionais festas de igreja incluídas no calendário de turismo, são acontecimentos locais. No domínio do poder que lhes cabe, as pessoas "daqui mesmo" - pro-

messeiros, devotos, festeiros, festejadores, velhos, adultos, jovens e crianças, famílias - programam, controlam e realizam a festa. Ainda que o convite anuncie que "todos são bem-vindos" e a ALCAN ofereça o "apoio cultural", é entre as próprias pessoas que conhecem os segredos do saber da festa e que são, entre parentes, vizinhos e amigos, uma mesma difusa confraria de participantes locais, que tudo se realiza. Assim, um lavrador vindo de um arraial há muitos quilômetros de distância, mas igualmente devoto e aparentado da "gente do lugar", é muito mais familiar ali do que um morador de Ouro Preto habitante das ruas das "pessoas de bem", mais ligado a Belo Horizonte do que à cidade.

Em suas apenas aparentes contradições a participação de alguns jovens da própria Ponte da Barra tornava evidente a diferença de sentidos que a diversidade de usos e fruições dos momentos e significados de culturas introduz e articula. Eles participam das barracas de jogos (as mais concorridas, depois que quase todos comeram nas outras), de danças e, com menos interesse, do leilão. Eram raros nos momentos propriamente religiosos e eles se sentiam ali menos à vontade. Assim também, fora os que faziam parte de seus grupos, eles não estavam presentes nos rituais da banda de música e nem nos do terno de congos. De uma configuração complexa e diferenciada de sequência de situações coletivas, viviam alguns momentos e ocupavam o resto do tempo em participar daquilo que, próximo ao que se fazia na festa de Santa Cruz, era realizado em outros lugares, pelas mesmas e por outras pessoas. Menos à vontade, mas como quem quer se integrar e aprender, alguns dividiam com os jovens de fora locais dos dois largos: visitavam bares, tomavam vinho no "festival" e ocupavam cadeiras do "concurso". Por serem possivelmente os menos definidos entre todos, eram por certo os mais livres. Não habitavam dentro de Ouro Preto um "mundo de cultura" apenas, mas arriscavam-se a todos.

Para ser uma cidade histórica e, por isso mesmo, "de turismo", Ouro Preto precisa realizar-se em atrativos. Não basta que as pessoas rigorosamente cheguem ali para assistirem a maneira como a arquitetura dos palácios, casas e igrejas preservou uma fatia impor-

tante de "nossa história". Tal como eu disse algumas linhas antes, na romaria católica, depois que se "cumpre", se "festa". A diversão (ver, curtir, comprar, comer) sucede inevitavelmente a devoção, a não ser que o devotoromeiro seja fanático, rigorosamente religioso ou muito pobre. Assim, é preciso que também haja o que "viver", além do que se "vê" culturalmente. Não é outra a razão pela qual cidades como Ouro Preto, Congonhas e Diamantina são anunciadas através de seus "encantos" (do doce mistério das ruas à docura da "comida mineira"). Ora, como não dá para alimentar "encantos" através de promoções oficiais, é necessário - e também lucrativamente útil para as pessoas do lugar - criar situações estáveis de oferta de serviços e produtos que tornem atrativo o próprio "lugar" e seus "lugares", e ocupem como diversão o longo tempo que separa os do culto à cultura da história transformada em tradição. Por isso há bares e restaurantes em quantidade e neles são servidos comidas e pequenos espetáculos. Por isso também, mais do que em outras cidades de Minas Gerais, grupos populares de rituais católicos, como os congos de dancantes negros são melhor preservados. Isto é, tendem a parecerem mais fiéis às "tradições do folclore" de que são parte e mito. Em muitos casos, tanto em Ouro Preto quanto em outras cidades do país, são eles os que mais depressa aprendem as regras que misturam a devoção ritualmente festiva e corporada ao negócio da arte cênica, e passam com sabedoria - mas também com graves riscos - do ritual ao espetáculo (6).

(6) Lástima que um dos mais brilhantes estudos sobre esta questão não tenha sido até hoje publicado. Trata-se da dissertação de mestrado apresentada ao Museu Nacional por Regina de Paula Santos Prado, *Todo o Ano Tem: a festa na sociedade camponesa* (Museu Nacional, Rio, 1980, xerox).

Em alguns estudos sobre festas católicas e o trabalho de grupos rituais populares, procuro também analisar o processo de transferência do ritual ao espetáculo. Fora *O Divino, o Santo e a Senhora*, ver *Sacerdotes de Viola: rituais religiosos do catolicismo popular em São Paulo e Minas Gerais*. Petropolis, Vozes, 1981 e *A Festa do Santo de Preto: as congadas da festa de Nossa Senhora do Rosario em Catalão, Goiás*, FUNARTE/UEG, Rio/Goiania, 1985.

Esses e outros pequenos espetáculos promovidos e exercidos por pessoas e grupos artísticos, folclóricos e/ou culturais da cidade e das cercanias, e oferecidos principalmente para os que vêm de fora e querem, entre outras coisas, "ver aquilo", são uma parte do que chamei aqui de cerimônias intermediárias.

A sua contraparte é também muito frequente: eventos de evidente intenção comercial são patrocinados por pessoas e grupos de fora, muitas vezes por distribuidores de produtos de larga venda, como cigarros ou bebidas, outras vezes por pequenos grupos empresariais

(06) (cont.) Discutindo festas de grupos tarascos do Estado de Michoacan, no México, Néstor Garcia Canclini volta criativamente ao assunto. De modo mais dramático do que eu mesmo - possivelmente porque entre indígenas que velam em 2 de novembro os seus mortos na Ilha de Janitzio e milhares de turistas nacionais e norteamericanos que vão "ali" vê-los e fotografa-los, tenha visto uma transgressão maior do sentido - ele denuncia a mercantilização do ritual étnico. "Uma festa se transforma primeiro em feira e depois em espetáculo. Um espetáculo interurbano, nacional e mesmo internacional, conforme o seu alcance turístico. Foi deixado para trás o tempo das festas comunitárias, chegaram os empresários que as converteram em festas para os outros. São separados os espectadores dos atores e é entregue a profissionais a organização dos divertimentos. Em vez dos encarregados ou administradores (que no caso brasileiro correspondem aos festeiros - CRB), um grupo de técnicos prepara o cenário, os auto-falantes, a iluminação, a colocação do espetáculo em cena. Os camponeses, os indígenas, os artesãos tornam-se parte deste espetáculo para turistas, devendo estilizar-se ou tornar-se um divertimento. Os turistas também são um espetáculo para os habitantes que "vão a praça" pela curiosidade de ver os estranhos, de ver algo estranho. Este jogo de observações de longinquo pode acabar sendo no seu conjunto um Show para espectadores ainda mais distantes: as fotos pelas quais os habitantes de Janitzio cobram para posar, o cinema e a televisão que nos últimos anos se incorporaram como parte "natural" do dia dos mortos vem fazendo deste acontecimento, que as filosofias ocidentais consideram, como o mais solitário do homem, um evento da comunicação de massa" (As Culturas Populares no Capitalismo, São Paulo, Brasiliense, 1983, PG. 125).

de diversões. Eles chegam a Ouro Preto e "promovem" para os da cidade e redondezas: "concursos", "circos", "rodeios" e outros "espetáculos populares"⁽⁷⁾. Dificilmente um turista vindo também "de fora" terá interesse em participar de qualquer um desses eventos "de roça" e os jovens visitantes que porventura se atrevam a assistir, por momentos que seja, ao "concurso de música setaneja", fazem-no como sujeitos alheios ao código e aos significados do que acontece "ali", naquele momento. Chegam para curtir por instantes algo estranho - e que justamente é tão familiar para os adultos e velhos do lugar, acostumados à música sertaneja - apenas porque ocupa um espaço da noite de sábado "ali", em Ouro Preto. Não é difícil que se sintam obrigados a tratar com desdém aquilo de que participam, para demonstrar a eles próprios e aos de "seu mundo" que estão ali sem serem dali. Comportamento oposto vários deles terão tido alguns meses mais tarde nos rituais do Rock in Rio, quando então, com exagerado entusiasmo confessarão que estão ali porque são daqui: devotos de um outro tipo de culto.

O Festival do Vinho e, mais ainda, a rotina cerimonial do percurso da "visita a Ouro Preto" e as grandes festas "tradicionais" estão abertos a todos, mas, "ali", são intencionalmente oferecidos a quem vem "de fora". Exploreemos mais essas relações diferenciais de participação no que acontece na cidade em um fim-de-semana.

(7) Pelo menos por alguns aspectos, pelos menos por alguns sentidos, pelo menos por uma certa diferença de usos e intenções de quem controla, de quem faz e de quem vai para ver, tais espetáculos, muitas vezes incorporados a pequenas festas locais, são a sua contrapartida. Mas, pelo que vimos na nota anterior, podem ser também a antevisão de seu destino. Remeto o leitor ao trabalho de José Guilherme Cantor Magnani, Festa no Pedaco: cultura popular e lazer na cidade, São Paulo, Brasiliense, 1984.

Ninguém do lugar, a não ser para acompanhar um parente ou amigo visitante, percorre por conta própria os "locais históricos e culturais de Ouro Preto" Patrimônio da cidade, eles existem para os que chegam dispostos a cultuá-los e muito embora os moradores da cidade os conheçam, evidentemente não os percorrem mais, uma vez conhecidos⁽⁸⁾. Estão tão cotidianamente inseridos em seu todo de "cultura e história" que não necessitam fazer sazonalmente o percurso romeiro de suas partes: igrejas, palácios, logradouros. Nada conspira mais contra o culto da história do que conviver cotidianamente com os seus seres, objetos e símbolos. Veremos adiante que artistas e artesãos locais utilizarão seus "motivos" como objeto e tema de trabalho. Da mesma maneira, para empregados da prefeitura, assim como para os pequenos guias, meninos pobres da cidade, estar ali em um fim-de-semana equivale a estar no trabalho: para os primeiros possivelmente o mais aborrecido, para os últimos provavelmente o mais lucrativo.

Por seu turno, os grandes festejos tradicionais, de que a "Semana Santa em Ouro Preto" é o melhor exemplo, porque congregam como participantes as mais diversas categorias de pessoas "do lugar" e "de fora", tendem a ser cada vez mais articulados, de ano para ano, de modo a comportar diferenças intencionais de participação. Para as autoridades eclesásticas, os fiéis membros de irmandades e confrarias, e para as inúmeras outras pessoas religiosas da cidade e de outras próximas, a Semana Santa não é apenas um acontecimento religioso. Ela é o mais importante momento cerimonial de um calendário litúrgico que de certo modo, divide-se em duas grandes partes: "antes" e "depois da Páscoa". Por isso mesmo, muito mais do que no caso das

(8) O que são os "lugares de turismo" para as próprias pessoas do lugar? Lembro-me que, carioca, fui conhecer o Pão de Açúcar aos 19 anos, e mesmo assim porque praticava escaladas e, para isso, ele sempre foi uma das melhores montanhas do Rio. Conheci o Corcovado dois anos mais tarde e voltei ali raríssimas vezes.

"festas de santo", como a "de Santa Cruz" ou a "de São Benedito", são as próprias autoridades religiosas as que tudo promovem, qualificam e controlam. Aqui o "cultural" equivale à "religião".

Ainda que em maioria católicos, os turistas que chegam a Ouro Preto em caravanas que as empresas de turismo promovem, não vêm movidos por um igual espírito religioso. No fundo, é preceito canônico que cada católico procure viver a Semana Santa na própria paróquia de que faz parte, pois ela é a sua comunidade local de fé. Participar das cerimônias rituais da Semana Santa em Ouro Preto significa vivê-las como uma rara "experiência de cultura". Dificilmente estarão imbuídos dos sentimentos de pesar e dor que a igreja codifica e prescreve para até o momento do anúncio da ressurreição de Cristo. Se para os devotos do lugar a festa vale como culto e o sinal dele é a dor, para o turista o culto vale como festa e o símbolo dela é a alegria da rara novidade. Deixarão de comer carne, fazer o jejum de preceito e evitar as delícias do sexo na "Sexta-Feira Santa"? Condutas absolutamente inquestionáveis para qualquer lavrador devoto vindo de um arraial próximo. Evitarão as cerimônias mais tristes e menos culturalmente interessantes, mas não perderão procissão alguma. Talvez apenas uma pequena fração de turistas comungue na missa de domingo. Mas, se houver naquele ano, irão como a um rito com suas máquinas fotográficas aos lugares onde os meninos e jovens da cidade vão "malhar o Judas". Aqui a "religião" significa como "cultura" e o que se vive vale menos por ser uma "Semana Santa", do que por sê-la "em Ouro Preto". Não faltarão jovens e para eles os bares e outros locais coletivos de alegria e "curtição" terão que permanecer abertos. Alguns donos terão problemas de consciência: "abrir ou não o bar"? "Servir ou não hamburguers?" "Vender ou não bebidas alcoólicas?"

Entre os jovens que chegam à cidade por conta própria, separados de grupos de turistas e sem as suas famílias, é possível que alguns queiram "seguir" as cerimônias religiosas. Serão uma imensa minoria. Um número maior deles poderá desejar viver o "cultural" da "Semana Santa em Ouro Preto", como os turistas

confessos, mas quase todos apenas aproveitarão o "Feriado da Semana Santa" para conhecer e "curtir" Ouro Preto. Atraídos momentaneamente por esta ou aquela cerimônia religiosa mais visível, preferirão criar e viver os seus próprios ritos, que, indiferentes ao calendário, cabem tanto na Páscoa quanto nos intervalos dos festivais de julho. É possível que apenas o "Carnaval em Ouro Preto" os envolva plenamente e, aí sim, virão para vivê-lo intensamente "ali".

Mesmo conhecendo as regras católicas de evitações para esses dias - como o trabalhar no "Dia do Senhor" - pequenos guias, comerciantes pobres e artesãos os aproveitarão para exercer um máximo da dimensão propriamente mercantil de seu próprio trabalho. Os mais piedosos possivelmente evitarão "vender" na Sexta-feira Santa, mas mesmo esta prática perde depressa o seu poder nas cidades de turismo de "história" e "cultura". Como costuma acontecer, de alguns anos para cá em cidades onde os festejos do calendário católico atraem visitantes, mais do que devotos, é possível que haja pequenos conflitos na orientação das atividades entre as autoridades religiosas e as culturas.

Retornemos desta breve digressão sobre como desigualmente uma mesma festa religiosa é conotada e vivida, a descrição de alguns momentos da manhã de domingo, acordada com os fogos dos festeiros de Santa Cruz na ponte da Barra.

Embora toda Ouro Preto seja anunciada e se ofereça como uma relíquia urbana a ser visitada, são as igrejas o lugar, o objeto de mais intensa e motivada visitação. E justamente ali, ao contrário do que acontece na quase totalidade das cidades não incluídas nos mapas e roteiros turísticos, cujos templos de qualquer religião servem apenas aos seus cultos, em Ouro Preto as pequenas e grandes igrejas católicas coloniais são revestidas de significados diferentes, para que cada uma e, principalmente, o conjunto, sirvam a intenções e desejos desiguais. Algumas transformam-se em museus, como a de São Francisco de Assis, possivelmente a mais bela de todas e a que guarda mais trabalhos do Aleijadinho. Outras, igrejas cujo poder se divide entre o eclesialístico e o público (diocese, prefeitura, SPHAN,

etc.) abrem-se tanto a grandes cultos solenes em dias festivos quanto à visitação pública. Finalmente, um terceiro grupo de igrejas serve com prioridade aos usos religiosos das pessoas do lugar, embora sejam também frequentadas por visitantes⁽⁹⁾.

Portanto, igrejas barrocas um dia erigidas em uma quantidade demograficamente muito maior do que o aparentemente necessário, por diferentes categorias de sujeitos sociais da Colônia - escravos, negros e mulattos, livres e brancos, senhores de minas e terras - e para abrigar cultos e interesses de confrarias e irmandades que os congregavam e que eram quase toda a possibilidade de corporação estável da vida social e política do passado, dois séculos depois redefinem o sentido de seus usos para servirem a interesses diversos de outras (ou as mesmas, redefinidas também?) categorias de pessoas de Duro Preto e de fora. Na igreja de Nossa Senhora da Conceição há "missas de domingo" assistidas por pessoas da própria cidade e raros turistas. Como em incontáveis outras igrejas mineiras, lêem-se ali na manhã de domingo as orações de "O Domingo" e cantam-se os mesmos cantos pós-conciliares cujos ritmo e letra parecem não muito apropriados à solenidade dos prédios onde ecoam. Ao contrário do que

(9) O volante colorido da TURMINAS convida o viajante a "descer" pela cidade, de igreja em igreja.

"Descendo a rua do Ouvidor você alcançará a Igreja de São Francisco de Assis, obra prima do Aleijadinho. Em seu interior, o painel do teto da nave, representando a Glorificação da Virgem, é de autoria do Mestre Manuel da Costa Ataíde. Continue descendo. Você poderá ver as igrejas das Mercês e Perdões, Mercês de Baixo e chegar à Matriz de Nossa Senhora da Conceição do Antônio Dias, onde o Museu Aleijadinho, repositório de rico acervo barroco, ocupa amplas salas.

Vale a pena caminhar até a Ponte e ao Chafariz de Marília, a casa de Gonzaga, antes de seguir para a Igreja de Santa Ifigênia, passando pela ladeira do Vira-e-Saia até o Alto da Cruz. A Capela do Padre Faria, lá no fundo, com sua rica e exuberante talha, fecha o roteiro da Paróquia de Antônio Dias".

acontece em Nossa Senhora da Conceição e em outras capelas menos notáveis da cidade e dos arraiais próximos, as "igrejas históricas" esvasiam-se de rotinas religiosas, enquanto recuperam símbolos e objetos artísticos e arquitetônicos de um passado de lugar de religião redefinido como espetáculo de cultura. Observe em várias delas pessoas, pares e grupos de visitantes é natural que se guarde uma espécie de respeito silencioso, mas de modo algum o local é tratado como consagrado, ainda que culturalmente seja, para todos, religioso. Ninguém reza ali e seria muito estranho que um turista católico se ajoelhasse diante do altar, embora alguns esparramem pelo peito um "em-nome-do-pai" envergonhado, mais do que fevoroso. As pessoas vêm para conhecer, para se admirar e, por isso, meninos guias da cidade e especialistas que acompanham as excursões, possuem discursos prontos que tudo valorizam, entre relatos de grandeza e histórias de mistérios. A própria visita torna-se o rito. Há uma sequência lógica que o guia cumpre e, em pequenos grupos, de altar em altar, ouvindo atentos e perguntando, os visitantes quase se confundem de longe com grupos de romeiros. Mas eles fotografam, documentam e do lado de fora algumas vezes compram os objetos que os artesãos e comerciantes espalham na mureta dos adros ou mesmo pelo chão. Um pequeno detalhe revela o resíduo de sagrado que mesmo o turista não-religioso observa. Dentro da igreja e ela, seus santos, altares e pinturas o que se filma ou fotografa. Mas do lado de fora muitas pessoas fazem da fachada o cenário diante do qual se fotografam ou filmam a si próprias.

O caso limite de museificação é o da igreja de São Francisco de Assis e o da Matriz de Nossa Senhora da Conceição de Antônio Dias (a outra) onde há um museu de arte sacra de um "Museu do Aleijadinho". Ali se paga na porta um ingresso, porque se vai visitar um museu que fica dentro de uma igreja. Não é apenas uma cultura revestida de religiosidade aquilo que se vai ver. Não é tampouco uma pura e simples arte religiosa produzida por algum artista notável, como a "igreja da Pampulha" em Belo Horizonte, com os seus traços de Portinari. É a opulência que reveste uma cultura de

sacralidade. Vai-se em busca de objetos de ouro, sinais terrenos da glória, do raro. Acompanhando por momento um pequeno grupo de turistas, ouvi duas mulheres reclamarem o pagamento na porta. "Afinal", dizia uma delas, "ainda é uma igreja".

Na mesma manhã de domingo em que fiéis da cidade e turistas de fora distribuem-se por igrejas - o primeiro lugar aonde se vai ou a primeira coisa que se visita em tal dia - os jovens procuram os recantos "de natureza" na periferia de Ouro Preto, ou retornam aos mesmos largos, praças, bares e adros do sábado. Mas o domingo reserva surpresas. De repente, primeiro aos poucos, depois em massa, um grupo de meninos e jovens com bicicletas e motos ocupa boa parte do largo do centro, entre o antigo palácio do governo e o monumento a Tiradentes. Ouro Preto era surpreendentemente, naquela manhã, o lugar de chegada de um pequeno "rally". Agora são eles os que parecem desafiar não apenas os mortos e vivos ilustres do lugar, mas até mesmo os jovens de calça jeans e mochila, contestadores também mas, comparados com eles, silenciosos e pedestres.

Se fosse possível subir a um helicóptero e olhar de cima toda a cidade por um momento, o dia de domingo revelaria em diferentes situações, de acordo com o correr das horas dia, uma multiplicidade de experiências do que se poderia chamar: "estar em Ouro Preto". A indiferença mineira dos moradores tradicionais a quem aborrecem turistas, jovens "hippies" e "motoqueiros", e que da missa dominical voltam às suas casas e preparam almoços notáveis; a peregrinação ritualizada de pares e grupos de turistas que primeiro vêm e, depois, comem e compram, os festejos de todo o dia na Ponte da Barra; as pequenas cerimônias entre eles e para eles próprios com que os jovens de fora ocupam a cidade e o tempo; a multiplicação dos lugares de venda de antiguidade, arte e artesanato; o trabalho dos que limpam o resto de festas, festivais e concursos da noite anterior e preparam praças e largos para os de domingo; a rotina de casas pobres, fundos de quintais, vendas e bares da periferia destinada aos operários do alumínio.

Os intervalos entre "visitar" o que há para ser visto e "participar" do que existe para ser vivido, da igreja ao festival, são preenchidos nas ruas e nas praças por dois tipos de cerimônias a que a maior parte das pessoas presentes se dedica com empenho, como eu observei antes: comer (e seu par indispensável, beber) e comprar.

ANTIGUIDADE, ARTE E ARTESANTO

Já que o ofício da compra mobiliza uma estrutura de trocas equivalente a das festas e festejos, passemos por um momento de um plano ao outro, mantendo o mesmo cenário.

Impossível ir embora de Ouro Preto sem uma lembrança quando se é pobre; sem uma "reliquia" ou uma obra de arte, quando se é rico, sem algum objeto de "cultura popular", quando se é intelectual sem muito dinheiro. Boa parte da cidade é um mercado do "típico" e do "tradicional" na manhã de domingo⁽¹⁰⁾

Na escadaria do adro da igreja-museu de São Francisco de Assis três homens expõem em pequenos estojos de seda branca coleções de pedras "preciosas" de várias cores. Faltam justamente as mais nobres, como os

(10) Depois de "ver" o visitante é convocado a "comprar". Eis como a TURMINAS descreve o que nem sempre se encontra com tanta facilidade, entre ruas e lojas:

"A cidade tem um dos mais típicos artesanatos de Minas. As lojas oferecem grande variedade de objetos em taquara, sisal, prata, ouro, cobre, pedras preciosas, madeira e couro. Os visitantes nunca deixam de se encantar com as características peças em pedra-sabão em suas múltiplas tonalidades, constantemente recriadas pelos artistas.

Nas galerias e ateliês, pintores, desenhistas, gravadores e escultores comprovam a vocação tradicional da cidade das artes. No Mercado Velho, as histórias dos tropeiros têm o sabor dos maravilhosos doces caseiros da região".

diamantes, as esmeraldas e os rubis, mas quem esperaria encontrá-las em um chão de escada numa "feira de cultura" de fim-de-semana? Por dez mil cruzeiros (em 1984) o viajante pode levar um berilo; por um pouco mais um topázio ou uma água marinha. Se tiver mais dinheiro pode comprar um estojo com quatro ou seis qualidades de pequenas gemas. Por um pouco mais ainda - e isso um deles tira do bolso, enrolado em um lenço branco, com olhares de surpresa - uma pedra "bruta", ainda não lapidada pela sabedoria do artesão.

Mas esses pequenos preciosos objetos tão próximos do reino da natureza são as vendas mais raras, do mesmo modo como o ouro que alguns ourives e joalheiros vendem aos que podem pagar. Em Ouro Preto o que todos buscam é a antiguidade, a arte e o artesanato, produtos de uma cultura antiga que se preserva, ou de um trabalho novo que pretende copiar do antigo o aspecto e o sentido⁽¹¹⁾. Em algum lugar anunciados como "únicos" ou "originais" os objetos de "artesanato local" que muito depressa se multiplicam, uma vez descobertos como bons produtos.

(11) Difícil separar aqui a fronteira entre a arte e o artesanato. Mesmo entre os seus próprios produtores de Ouro Preto as palavras se confundem. Um pintor ou escultor letrado chamará invariavelmente arte o que faz. Um artesão de pedra sabão ou madeira, que produz por conta própria e insiste em garantir a originalidade do que cria, poderá também preferir chamar-se artista, nome na verdade mais comum do que artesão. De modo semelhante Maria Rosilene Barbosa Alvim encontrou entre ourives e operários do ouro em Juazeiro do Norte, na Bahia, a definição de arte reservada aqueles que não só ainda detem, pelo menos em parte, o controle sobre o processo completo de criação do que fazem, como também o fazem de modo próprio, original, com a sua "inteligência", com a sua "arte".

"A categoria artista, como ela é definida pelos operários, reforça, ainda mais, a posse da arte como algo incorporado ao próprio trabalhador. Os indivíduos que são capazes de fazer uma atividade "sozinhos" estão incluídos na categoria de artistas, podendo através da transformação da matéria prima, fazer um objeto onde a sua "inteligência" é fundamental. Sua individualidade é imprescindível

Em algum momento um artista da cidade, ou mesmo de fora, terá criado uma coleção de seis ou sete xilogravuras "típicas". Algumas procuram ter cenas comoventes (um menino com a cabeça sobre os joelhos, aos farra-
pos, parece chorar); outras solenizam "vistas de Ouro Preto". Há literalmente cópias delas por toda a parte. As mesmas "obras de arte" existem em preto-e-branco ou uniformemente coloridas com tons de aquarela. Nas lojas de artesanato mais finas, entre o largo do Centro e as ruas próximas, elas custam de duas a cinco vezes o preço cobrado nas lojas mais populares ou nas mãos de vendedores de ruas e praças. Uma loja tinha-as penduradas em um cordão, como num varal. Ao lado dele elas se amontoavam sobre uma cadeira. "Em liquidação" custavam menos do que um mixto- quente ou uma garrafa de cerveja. No largo da Alegria meninos as vendiam por um preço equivalente, mas faziam-no variar de acordo "com a cara do freguês", como um deles me disse. A um grupo de inocentes turistas de fala francesa eu as vi sendo vendidas por preços de "arte", no adro de uma das igrejas mais afastadas. Convertida pelo comprador em valor de dólar, a fala esperta do rapaz vendedor deve ter soado como uma ninharia. Barateadas porque são múltiplas e de fácil reprodução, diante do turista ignorante das regras do lugar a arte as subverte por um momento e recupera pelo menos parte da dimensão mercantil de um suposto valor original.

(11) (cont.) para que possua uma arte. A forma relacional: trabalhador/posse dos meios de trabalho, ou artista/arte, está presente em todas as definições da arte e do artista. Na categoria artista, tem-se a especificação deste como o indivíduo que tem arte, um saber... (Maria Rosilene Barbosa Alvim, *Artesanato, Tradição e Mudança Social - um estudo a partir da "arte do ouro" de Juazeiro do Norte*, em O Artesão Tradicional e seu Papel na Sociedade Contemporânea, FUNARTE, Rio de Janeiro, 1983, pg. 57).

No mesmo livro, Vera de Vives define adiante o artesão tradicional como "aquele que emprega e transmite, em seu trabalho, valores, técnicas e signos amadurecidos e aceitos no sistema cultural a que ele mesmo pertence" (pg. 133).

O turista pode viajar trinta e poucos quilômetros adiante e comprar belíssimos tapetes de sisal em Cachoeira do Brumado. Mas em Ouro Preto, fora xilogravuras e raros objetos iguais de couro ou madeira, o que há para adquirir são utensílios de pedra sabão. Muito mais do que as "vistas de Ouro Preto", pequenos potes com ou sem tampas, panelas, castiçais, pratos, cinzeiros e, mais raras, imagens de profetas, santos ou anjos são vendidos por todo canto: em todas as lojas de arte-e-artesanato (onde a qualidade e a originalidade do objeto varia de acordo com o grau de requinte atribuído à loja), nas ruas e nas praças, assim como nos adros de algumas igrejas, compradas de vendedores intermediários (meninos, jovens, adultos ou velhos) ou diretamente das mãos do próprio artesão que, no caso, fará questão de se anunciar como autor do que vende. Ao longo da mureta do adro da igreja de São Francisco de Paula contei cerca de 30 vendedores. Eles expõem objetos que variam muito pouco de um para o outro. Vendem quase tudo muito barato (as peças menores custam o preço de dois cafezinhos) e embrulham o objeto em pedaços de folhas de jornais. Nas tardes-noites dos domingos os preços baixam, à medida em que levam de turistas começam a deixar a cidade, para que o "encaixe" seja pequeno e o prejuízo, menor.

Uma lista sumária do que se pode considerar como "de Ouro Preto" tomaria a seguinte figura: a) antiguidades reais de alto custo, comercializadas em lojas especializadas ou diretamente das mãos de colecionadores ou moradores locais; b) antiguidades supostas, algumas francamente forjadas, vendidas em lojas de artesanato, nas de antiguidade ou em mãos de particulares; c) objetos de arte assim definidos por seus criadores e/ou vendedores e assim reconhecidos consensualmente como joias finas, quadros, imagens ou outras esculturas, onde o valor do produto é dado não apenas por uma suposta "qualidade" diferencial, se comparados com os objetos de artesanato, mas sobretudo por sua apregoada originalidade - são objetos únicos ou tidos como tal; d) objetos de artesanato "do lugar", de que os "de pedra sabão" são os mais comuns. (11)

A respeito destes últimos uma descrição mais rigorosa (que não pretendo fazer aqui) poderia estabelecer diferenças. Há objetos definidos pelo próprio criador como "de artesanato" (mas o seu companheiro de trabalho na oficina pode, com a mesma desenvoltura, considerá-lo como "de arte"), produzidos em unidades discretas por um só artesão ou por uma só família e/ou equipe. Proximos a outros pelo estilo, mas diversos pela qualidade, eles são mais raros e caros. Há objetos cuja multiplicação uniformizante os torna comuns e baratos. São eles os que se confundem com as "lembranças" e não são poucos os que ostentam, gravada em baixo-relevo, a sua própria condição "Lembrança de Ouro Preto". São fabricados em massa em oficinas da cidade ou são trazidos de fora para serem vendidos como "dali".

O artista erudito (pintor, escultor, ourives, santeiro) de Ouro Preto, ou que vem viver em Ouro Preto para criar "ali", e o exato oposto do produtor coletivo-anônimo de objetos uniformes de "artesanato de massa". Esse artista é o criador mais próximo do artesão popular solitário ou familiar que produz uma a uma as suas "peças", e busca na qualidade peculiar e na diferença um valor que valha a assinatura de quem descobre que faz o original. Uma classificação sumaria que procurasse dar conta de categorias de criadores do que se vende na cidade em um fim-de-semana, deveria colocar em um extremo o colecionador especialista (profissional ou amador) e o artista letrado cujas obras, assinadas, atestam, mais do que o preço da arte, a diferença entre eles e o artesão "popular". No outro poderiam ficar os vendedores simples da cidade e de fora (os que nada criam e compram para revender) e os empregados-artesãos de oficinas de produção de artesanato de massa. A meio caminho estariam os artesãos solitários ou familiares de que falei antes, da pedra sabão ao ouro em pó. Voltarei a isto.

É necessário lembrar que do mesmo modo como há artistas, colecionadores e artesãos de Ouro Preto e aqueles que vivem em Ouro Preto, assim também há pessoas e equipes de artesãos e de vendedores que vêm em fim-de-semana ou em grandes datas festivas a Ouro Pre-

to, para comercializar produtos de artesanato: a) definidos como sendo da região ou de áreas geográficas e culturalmente próximas; b) definidos claramente como tendo vindo de outras regiões do país (chapeus de couro do Nordeste podem surgir nos adros nos festejos de São Benedito); c) indefinidos, ou seja, não mais explicados e oferecidos por causa de sua especificidade geográfica e/ou "cultural".

Antiguidades "do tempo colonial", arte e artesanato "do lugar", objetos de ouro e pedras preciosas de pequeno valor, eis o que há para ser vendido-e-comprado na cidade. Objetos que se dão à venda e que, em conjunto, querem ser parte da natureza e da cultura, da história e das tradições de Ouro Preto. São a fração materializada de um "antigo", ou de um "próprio" da região, que o viajante pode levar sem remorsos, com restos da "típica comida mineira" (certamente mais ancestralmente "mineira" ali) e mais uma boa garrafa de licor ou aguardente.

É evidente que os compradores também se classificam e, de passagem, creio haver insinuado isto. Se a um colecionador nacional ou estrangeiro exigente e sabedor interessa o que é "autêntico", aos compradores de rua o interesse recai diferencialmente sobre o que é "típico", mesmo que possa ser comprado também na rodoviária de Belo Horizonte. Visitantes intelectualizados, de "nível universitário" em maioria, assim como alguns dentre os jovens com quem convivi, em boa medida procuram nas lojas e nas ruas o "verdadeiro artesanato de Ouro Preto". Falam em cultura popular e cuidam de separar entre o que vêem: um artesanato "de massa" de um outro, originalmente "popular". Comprá-lo, por exemplo, "na mão do artesão" e não "em qualquer loja", pode ser um pequeno sinal de erudição.

Pelo fato de que enfatizam muito aquilo que consideram o seu objeto de estudo, alguns pesquisadores de cultura popular antisseticamente separam, do que existe e circula de fato, apenas algumas frações do que parece possuir, "ali", uma existência autêntica. Este modo de ver, necessário para que certos aprofundamentos do conhecimento sobre a cultura material e seus ritos de troca sejam obtidos, escorrega no entanto no

engano de não colocar o que se analisa no campo das relações sociais, artísticas e simbólicas (que valem umas pelas outras e se significam umas através das outras) das transações que tornam possível as articulações de cada espaço de relações de tal campo. Seria ingênuo acreditar, por exemplo, que apenas objetos de uma "verdadeira cultura popular" circulam em Ouro Preto ou, o que é pior, que entre outros eles são os únicos "autênticos". Surpresas: os inúmeros jovens "de fora" misturam raras compras de artesanato local com as de produtos que consideram, eles próprios, típicos de seu universo "jovem" de arte e de identidade. Por isso, ali mesmo no "largo da Alegria", concorrendo com a banca de pedras preciosas, as de xilogravuras e as de objetos de pedra sabão, há pelo menos sete ou oito bancas de um suposto legítimo "artesanato latinoamericano" (flautas, sacolas e sueteres, mas também pulseiras e colares), ao lado de outros objetos cuja circulação uniforme estende-se hoje por todo o país e para o qual alguns ainda preferem o nostálgico título de "artesanato hippie" (das pequenas pulseiras e cintas de lã ou cordão entretecidos, a blusas e saias, de pulseiras e pingentes a pequenos broches com a cara (mineira) de Milton Nascimento).

Em direção oposta, quase todas as "pessoas simples" do lugar e dos arraiais de perto e, entre elas, inúmeros artesãos que vendem aos de fora o que é "do lugar", compram de vendedores "de fora" objetos de uma típica indústria de cultura de massa, que nem sequer reclama mais o ser, de algum modo, "típico" ou "artesanal". Por isso não há evidentemente xilogravuras de Ouro Preto, nem utensílios de pedra-sabão, madeira ou couro nas barracas de venda ou de leilão da Festa de Santa Cruz na Ponte da Barra. Há "coisas de plástico", pano barato e metal vagabundo, roupas por atacado de São Paulo, painéis e ferramentas, sandálias de plástico e, também de plástico, bonecas e pequenas "nossas Senhoras da Aparecida" enfileiradas em aparelhos de TV.

Temos aqui dois dilemas que uma estranha vocação etnográfica a só encontrar em lugares consagrados como Ouro Preto o "puro" e o "autêntico" - seja como resíduo de uma história que o lugar preserva, seja como

atualidade de uma cultura popular que preserva a autenticidade do lugar - costuma não descrever. Primeiro, as pessoas do lugar consagrado e, mais ainda, as suas pessoas mais culturalmente populares, produzem a sua arte e os seus artesanatos populares. Mas, com a evidência do que acontece nas ruas, lojas e feiras de festas, profanam-se enquanto consumidores. Isto porque não adquirem e usam em suas casas e vidas, objetos de uma "cultura autêntica". Vendem-se ao reinado do Kitsch. Segundo, não apenas por causa dos jovens que inundam o lugar e criam ostensivamente situações de uma aparente jovem "cultura universal", um artesanato correspondente ao de "feira hippie" de qualquer cidade brasileira ameaça desbancar o primado do "tradicional". A proximidade física de situações de mercantilização fácil da cultura-à-venda em uma cidade que se percorre a pé sem problemas em uma manhã de domingo, desafia o pensar sobre que princípios e regras regulam a circulação mais corriqueira de bens simbólicos. Que códigos e interesses legislam trocas onde justamente a diversidade de produtos e intenções de consumo parece ser o desafio a um lugar de "cultura" e turismo onde uma uniformidade regida pelo primado do "tradicional" é um suposto básico? Ora, para que Ouro Preto seja efetivamente um lugar de história-e-cultura atraente, é indispensável que preserve uma "tradição autêntica", algo que conote a peculiaridade de sua cultura em sua história. Mas para que as pessoas reais de Ouro Preto possam realizar concretamente os seus desejos e para que uma quantidade maior de pessoas de fora queira estar em Ouro Preto, é necessário que esse lugar consagrado se abra àquilo que invade e profana o que lhe parece ser mais peculiar.

A partir de objetos de antiguidade, arte e artesanato, repensemos as mesmas diferenças que nos acompanharam na descrição do uso ritual dos lugares da cidade. Há objetos que parecem circular preferencialmente de dentro para fora, enquanto outros circulam preferencialmente de fora para dentro. Vimos que os da primeira categoria são feitos por artistas e artesãos "do lugar", segundo padrões tidos ali como tradicionais, característicos e originais, e são comprados por pes-

soas vindas de fora. Vimos que os da segunda categoria são trazidos por pessoas de fora e vendidos às pessoas de Ouro Preto e a pessoas em Ouro Preto. De modo muito simplificado, temos portanto as seguintes relações:

Objetos de antiguidade, arte e artesanato preservados ou produzidos na região e vendidos preferencialmente para pessoas de fora	Objetos de arte e artesanato produzidos por pessoas de fora e vendidos preferencialmente a pessoas de fora e, com menor intensidade, do lugar	Objetos semi-industrializados, ou já totalmente industrializados, produzidos fora e vendidos preferencialmente a pessoas do lugar
Peças antigas, obras de arte, joalheria, artesanato "típico da região" (12)	Artesanato "latino-americano", ou artesanato "hippie"	Objetos kitsch, utensílios de uso pessoal ou doméstico
produzido dentro e consumido fora.	produzido fora e consumido dentro e fora	produzido fora e consumido dentro

(12) Mais adiante terei que enfrentar a questão dos nomes, difícil desafio a quem necessita classificar. Observo em Ouro Preto, como de resto em muitas outras cidades e regiões do país, um processo em tudo semelhante - mas apenas talvez não tão intenso - ao que Néstor Garcia Canclini encontrou no México. Ele o identifica como uma passagem do étnico ao típico, onde a primeira categoria quer traduzir a arte ou o artesanato que significam modos de vida e sentidos (valor, identidade, etc.) próprios de culturas específicas e são, portanto, a possibilidade simbólica de afirmação de sua diferença, de sua peculiaridade interna, onde a segunda categoria denuncia a dissolução do próprio ou apropriado. Isto é, a transformação da diferença na uniformidade, através da imposição de interesses de mercado capitalista sobre intenções antecedentes de criação popular. Aos

O interesse desta discussão não é apresentar etnograficamente a "cultura popular de Ouro Preto" em seu processo de produção como usualmente fazem os folcloristas, alguns de maneira notável, ou no seu complicado processo de circulação. O que é importante aqui é mostrar como pessoas e objetos trocam-se entre si e como, dentro de um mesmo suposto contexto cultural, circulam bens e sentidos entre vários sujeitos de culturas ou entre modos desiguais de produção, circulação e significação da própria cultura. Por isso mesmo eu quis apresentar as diferentes pessoas envolvidas com o criar-vender-comprar, da maneira como acredito que elas convivem com as tramas dessas e de outras relações concretas em diferentes posições. É tentador a

(12) (cont.) olhos do turista, do empresário controlador e, finalmente, do próprio artista, o que se compra, o que circula e o que se cria não são objetos cuja arte está na pessoa do criador e na tradução pessoal de um modo original de cultura, mas objetos produzidos em massa, padronizados e típicos": não mais a especificidade da cerâmica dos artesãos de Tzintzuntzan, na beira do lago de Patzcuaro (onde eu morei um dos melhores anos de minha vida), mas a cerâmica nacional: "mexicana".

"O típico é o resultado da abolição das diferenças, da subordinação a um tipo comum dos traços específicos de cada comunidade. Pode-se argumentar que o turista necessita desta simplificação do real porque ele não viaja como um investigador da realidade. Mas a simplificação mercantil das culturas tradicionais, que de modo semelhante ao que ocorre na imprensa e na televisão são chamadas de populares, quase sempre supõe que os seus espectadores estejam abaixo do coeficiente intelectual que eles realmente possuem e que o turismo ou o entretenimento são lugares onde ninguém quer pensar" (Nestor Garcia Canclini, As Culturas Populares no Capitalismo, Brasiliense, São Paulo, 1983, pgs. 87 e 88).

Atento ao processo crescente de "tipificação" do artesanato em Ouro Preto, chamei aqui de regional ao que Canclini chama étnico e de típico a este artesanato já suficientemente "nacionalizado" e, portanto, desvestido dos sinais de personalidade e diferença que preservam na arte a sua própria condição.

uma pesquisa sobre "o artesanato popular de Minas Gerais", apresentá-lo como um sábio guardião consciente de uma tradição que aos pobres e subalternos é confiado preservar sem "distorções", esquecida de que em sua casa ele tem - quando pode comprar - elefantes de louça sobre a mesa e um pinguim de porcelana em qualquer cômoda. Afinal, o que é que certas pessoas que criam cultura, querem e usam, prática e simbolicamente, como objetos cotidianos de cultura?

Colocados na dupla e real condição de criadores e/ou vendedores consumidores de antiguidade, arte e artesanato, nossos sujeitos poderiam ser classificados da seguinte maneira:

1º Raros artistas letrados de obras pessoais assinadas e/em Ouro Preto, consumidores de arte local e de antiguidade e, especialmente, de objetos de arte vindos de fora da região

2º Raros colecionadores especialistas de antiguidades locais, vendedores de antiquários e consumidores do que também vendem. Consumidores de arte vinda de fora e raramente de objetos locais de artesanato popular.

3º Pessoas e famílias que vivem apenas ou também de produção e comercialização de artesanato e são consideradas por moradores e estudiosos como criadores locais de arte popular. Em geral não usam - a não ser como utensílios domésticos e não como objetos de adorno - o que criam e não são consumidores de objetos equivalentes feitos por outras pessoas. Costumam consumir em proporção crescente objetos e utensílios industrializados trazidos de fora para Ouro Preto. Não esquecer que aqui estão tanto os artesãos populares que ainda controlam o processo de produção de seu trabalho e que costumam afirmar a originalidade artística do que criam, quanto os artesãos que produzem sob encomenda, em quantidade, ou que são empregados de oficinas locais de produção de objetos de pedra sabão.

4º Produtores e/ou vendedores de arte ou artesanato "típico": "latinoamericano" ou "hippie". Vendem e compram dentro de seu próprio "universo de criação". Raramente consomem artesanato local e, menos ainda, objetos de arte e artesanato; tal como os sujeitos das categorias 1º e 2º, abominam os objetos Kitsch cujo

consumo, sabemos, restringe-se prioritariamente aos artesãos populares ou a outros sujeitos de mesma condição de classe.

5º Turistas confessos (individuais, conjugais, familiares e coletivos) cuja diferença fundamental, comparados com os outros, é que são puros consumidores do que há para ver, comer e comprar. Nada levam para vender e nada vendem, mas é a eles que se destinam quase todos os produtos locais. São os que adquirem em maior quantidade os objetos "da cultura local": antiguidade, arte e, principalmente, o artesanato regional ou tipi-
co.

6º Comerciantes de Kitsch (mereceriam um nome melhor, mas não o encontrei). De alguma maneira são o oposto do turista. Chegam de fora como ele, mas não lhes interessa ver, comer e comprar coisa alguma "de Ouro Preto". Quando podem trazem a sua própria comida e não é raro que, quando inveterados vendedores "de festa", durmam em suas próprias kombis. Vêm vender não aos turistas, como vimos, mas às pessoas do lugar que, em boa medida, criam e reproduzem a cultura tradicional e/ou popular que o turista vive e compra.

Com evidência haverá tipos intermediários que não conseguirei reconhecer. O que importa compreender é que não existe uma relação simples, direta e mecânica de transações de objetos de cultura, como pesquisas sobre o "artesanato brasileiro" insistem em sugerir. O que faz o artesão quando não está criando? O que vende? Como e a quem? O que compra e por que? Como ele existe, não como sujeito unilateral, visto apenas pelo olhar que o torna um "tipo puro", mas como pessoa que habita os vários planos da sua cultura.

Não será estranho observar neste momento que dois tipos de sujeitos aparentemente polares são os que parecem possuir menos poder de barganha e graus de liberdade nas relações de troca de objetos de cultura. De um lado os muitos ricos e "cultos", vindos de fora, a quem obrigatoriamente interessa apenas a "antiguidade autêntica", a "verdadeira arte" e, em menor proporção, o artesanato mais raro e caro. De outro lado os muitos pobres e "populares" do lugar, cujo consumo do

superfluo restringe-se à compra de objetos industrializados vindos de fora.

Ampliemos o quadro de algumas páginas atrás. Dividamos em primeiro lugar, os domínios de produção-circulação de cultura à venda em: regional e kitsch. Procedamos à subdivisão precária e distribuamos suas relações entre quem faz, quem vende, quem compra e quem evita.

13. Distinguir entre os jovens e fazer justiça à diferenças. A pequena, mas importante industrialização do município atrai operários. Famílias, adultos e jovens que migram do campo para a cidade e de outras regiões para a de Ouro Preto em busca de trabalho nas fábricas. Jovens pobres, não raro subempregados, mas que sabem que apenas como exceção retornarão "pra roça", são os que depressa procuram esquecer como eram e aprender a serem "da cidade". Mas não é deles que falo aqui. Há em Ouro Preto uma quantidade relativamente grande de jovens da Universidade Federal de Ouro Preto e, como em tantas outras cidades "pequenas" com uma alta densidade de estudantes "de fora", a sua presença não deixa de ter repercussões. No entanto poucos dentre eles estavam presentes em julho, tempo de férias e é, portanto, para jovens igualmente estudantes, mas "ali", "em férias", que tais produtos são vendidos.

14. Alguns artesãos do "típico" produzem ali mesmo, diante do "público", os seus objetos. Fazem pequenas pulseiras de pano ou em lã, entalham madeiras e, a pedido, podem gravar o nome do comprador na "obra". Curiosa situação em que o artista não assina mais o seu nome, sinal de sua pessoa criadora no trabalho que faz, mas assinala o de quem compra. Raros artesãos populares trabalham também em público. Lembro que em feiras e exposições de artesanato patrocinadas por órgãos públicos, instituições patronais e outras, é crescente o hábito de reservar espaços para a construção de pequenas situações de oficina onde as pessoas que costumeiramente criam em seu lugares de origem são convocadas a virem criar na frente de quem as vê.

"REGIONAL"		"TÍPICA"		"KITSCH"
arte erudita de/sem buro Preto	antiguidades regionais	artesanato popular	artesanato contemporal (estilo "latinoamericano")	objetos de indústria de cultura de massa
produzida por artista de/sem buro Preto	produzidas por artistas ou artesãos (antiguidade "recente" ou preservadas por colecionadores ou moradores antigos (antiguidade colonial))	produzido por artesãos populares a) autônomos e criadores; b) empresariados e reprodutores	produzido por jovens artesões de fora da região	produzidos em oficinas e indústrias de objetos de massa, de fora
comercializada pelo próprio criador ou por vendedores e lojas de arte e antiguidade	comercializadas por moradores isolados ou por lojas e especialistas em antiguidade	comercializado pelo próprio criador, por compradores pobres ou por donos de lojas regionais	comercializado por jovens de fora em bancas de ruas, seus próprios criadores ou intermediários (14)	comercializados em lojas populares e em barracas de feira e de festas
vendida a turistas ricos e "cultos"	vendida a turistas ricos e "cultos"	vendido a jovens turistas em geral	vendido a jovens visitantes e jovens "modernos" da cidade (13)	vendidos a pessoas pobres, populares da cidade e da região
evitada por turistas pobres, jovens de fora e sujeitos populares	evitadas por jovens pobres, e sujeitos populares	quando de má qualidade, evitado por turistas cultos; evitado por pessoas da cidade	evitado por turistas em geral; evitado por pessoas populares da cidade	evitados por turistas em geral e por jovens de fora
de dentro para fora		de fora para dentro		de fora para dentro

Algumas linhas atrás eu dizia que entre os vários tipos de consumidores visíveis de uma cultura de fruição - aquela que social e simbolicamente existe como arte, antiguidade e artesanato - há dois tipos polares cujo espaço de opção é mínimo, e não apenas por razões econômicas diretas. Os ricos vindos de fora a quem interessa só o que é "único" e os pobres do lugar a quem motiva apenas o que é "múltiplo". Os outros distribuem-se nos intervalos dos limites dados pelos dois tipos extremos (onde estaria eu, a quem uma pura intenção de pesquisa não livrou de sair da cidade na noite de domingo com uma modesta coleção de objetos de artesãos "do lugar" e, confesso, com dois colares "hippies" para minha filha?). Com mais detalhes uma descrição mais adequada poderia retomar a relação de tipos criadores-consumidores e desdobrá-la ainda. Haverá novos tipos entre eles? Vejamos isto retomando agora com mais vagar as relações entre criadores e/ou vendedores.

De saída sabemos que os "tipos puros" são aqui o limite, um mais oculto, outro mais visível: o puro criador-que-não-vende x o puro vendedor-que-não-cria. Mais do que "puros", os que os observam de dentro das regras do campo de trocas consideram-nos como "incompletos": uns, plenamente amadores, não querem comercializar o que criam; outros, plenamente exploradores (e aqui artesãos - operários e turistas se juntam para condená-los), não sabem criar o que vendem.

Em uma ponta da meada está o artista e/ou artesão que cria (pinta, borda, esculpe, entalha, escreve, etc.) "por amor à arte". Um recorte de classe se impõe. Há em Ouro Preto - como de resto em qualquer cidade do país - mais criadores gratuitos da classe média para cima do que dela para baixo. Pintores ou pianistas "remediados" e habilidosos poderão viver toda uma existência sem pensar em comercializar o que fazem, o que dificilmente deixará de acontecer com um lavrador ou pedreiro, desde quando descubram que sabem criar e que o que fazem tem um valor como mercadoria, complementar ou substitutivo do que fazem como trabalho profissional. Artista ou artesão, este criador-não-vendedor na verdade coloca-se à margem das regras

do campo de trocas de bens simbólicos pelo simples fato de que os seus objetos de arte ou artesanato não transitam por todos os ciclos que as regras do campo codificam⁽¹⁵⁾.

Mais frequente, ou pelo menos mais visível na cidade, é o criador exclusivo que vende o que produz e só vende o que produz. Enquanto os primeiros não se relacionam com o comprador de qualquer maneira e são apenas consumidores no mercado dos bens simbólicos, este outro dispensa o intermediário e, artista ou artesão, é também um vendedor direto. Na primeira exposição não-anunciada na sala de casa ou nos fundos da oficina familiar do ourives ou do artesão de pedras menos nobres, comercializa-se a "criação própria" e se faz dela um momento final do ato de criar. Já que para uns é inútil, e, para outros, impensável não vender a própria arte, que ela seja comercializada "por conta própria", com rituais de troca onde o dinheiro parece aparecer como intruso acidental e onde a garantia pessoal da autenticidade e da unidade salvam o criador de se representar para si mesmo e dar-se ao outro, como um comerciante.

Tanto o artista pobre quanto o artesão muito pobre vendem diretamente o que criam por razões de estratégia de mercado, segundo as explicações de alguns deles. A dispensa do vendedor intermediário reduz o território de trânsito da obra, mas livra o criador de dividir com ele parte do lucro. No entanto, principalmente entre os sujeitos populares, artesãos criativos que se reclamam o serem, a seu modo, artistas, o controle sobre o processo completo de sua própria produ-

(15) Um estudante do Mestrado em Antropologia Social realiza no momento uma pesquisa em Belo Horizonte a respeito de artistas e artesãos populares e já plenamente urbanizados que criam e não vendem. Ou seja, a quem interessa apenas o fazer para ter, para consumir ele próprio o que cria, de modo não necessariamente utilitário, ou para compartilhar ali mesmo, entre sujeitos de seu próprio mundo de cultura e no âmbito da classe, a sua própria criação.

ção aparece como um suposto que legitima a sua condição (16).

Como quem viaja do herói ao vilão, o oposto social do criador exclusivo é o vendedor exclusivo, dono de loja ou não. Comerciante estabelecido em Ouro Preto ou pequeno atravessador de vendas de rua, é ele quem compra, aceita em consignação ou encomenda objetos de antiguidade, arte e artesanato. Embrião da atividade capitalista nos negócios da cultura, é o sujeito que acaba definindo com maior poder de barganha as regras da circulação dos bens de fruição. Artistas letrados "deixam obras em consignação". Se não recebem no ato dinheiro algum pelo que ainda não venderam, pelo menos garantem por isso mesmo uma certa nobreza de relações que, uma vez mais, as salva de submeter a vocação da arte à baixeza do comércio. Dependendo de graus de autonomia muito variáveis a relação dos artesãos populares com o comerciante é dependente. Eles aceitam encomendas e produzem para lojas - às vezes até mesmo para "atacadistas de artesanato" de fora da região - por preços mínimos. Ou então vendem o que fazem por conta própria a diferentes lojas ou intermediários, com um poder de barganha reduzido. Entre outras coisas, pelo simples fato de que seu ofício se multiplica e o produto dele existe em abundância (17).

(16) A respeito da identidade e da ideologia de artistas populares remeto o leitor ao trabalho de Lélia Coelho Frota, Mitopoética de 9 Artistas Brasileiros, FURNATE, Rio de Janeiro, 1978.

(17) De muitos modos, seja por conta própria, seja através do controle de órgãos oficiais, artistas e artesãos populares defendem uma relativa autonomia de produção e circulação de seus objetos através da formação de cooperativas. Em Minas Geras mesmo há iniciativas empresariais e governamentais e, na cidade de Goiás, há uma interessante experiência conduzida por pessoas da igreja. De qualquer maneira é necessário não esquecer que é sempre difícil o convívio da cooperativa com as regras dominantes do capitalismo. Qualquer que seja a sua origem, a cooperativa de artistas e artesãos ou se transforma ela própria em uma pequena empresa, onde formulas apenas na aparência igualitária ocultam o controle do capital sobre o trabalho, ou se preservam (quando sobrevivem) como a face frágil de comercialização cujas trocas internas (entre os membros) podem ser ainda igualitárias, mas cujas trocas externas (as do mercado dos produtos) termina por submeter-se não só comercialmente, mas até ética e esteticamente, ao poder e, mais ainda, ao estilo do capital.

Entre o puro criador que vende-o-que-cria-e-não-comercializa com nem através de intermediários, e o puro comerciante-não-criador, estão as categorias de criadores-vendedores que já nos são pelo menos em parte conhecidas. A seu modo oposto ao criador autônomo, o caso extremo de servidão é o do artesão de oficina; ele é contratado em Ouro Preto para fazer em massa objetos de pedra sabão a troco de salário, como um outro qualquer. Alienado como ele dos meios de produção, ele o é também da própria autonomia da criação; porque não cria e repete os mesmos padrões. Isto é, produz estilos e submete a sua capacidade de criar às regras do fazer de um "dono do negócio". É evidente que esta submissão corresponde a um processo de crescente subordinação do trabalho artístico - individual, original, criativo e diferenciado segundo padrões de uma cultura - à reprodução da arte e do artesanato como produtos "populares" de circulação massificada. Este é o momento e o sentido em que algo antes genuinamente popular transforma-se impositivamente no típico, no sentido dado a esta palavra por Néstor Garcia Canclini. Popular como capaz de expressar criativamente significados, valores e modos de vida de segmentos culturais diferenciados e definidos das classes populares, e capaz de sugerir ou afirmar, portanto, alguma coisa que tenha a ver com a sua própria identidade. Típico como um suposto popular e tradicional, mas sem já possuir mais, justamente, as características enunciadas acima.

Uma distribuição de todos os tipos de criadores e comerciantes de arte ou artesanato em Ouro Preto, através de suas relações de autonomia-subordinação nos "negócios de cultura", sugere as seguintes categorias:

.O criador autônomo amador	= cria e não vende.
.O criador profissional autônomo	= cria e vende por sua conta, sempre a particulares.
.O criador profissional autônomo, vendedor de livre escolha	= cria e vende por sua conta, inclusive a comerciantes, por encomenda.
.O criador profissional não autônomo	= cria e vende sempre a comerciantes revendedores
.O criador cativo	= operario de oficinas de produção de artesanato
.O comerciante-criador	= vende o que cria e compra de outros para vender
.O comerciante profissional	= encomenda, compra e recebe em consignação para vender
.O produtor comerciante	= produz através do trabalho de assalariados e vende o que produz a outros comerciantes

Alguns estudos sobre a arte barroca de Ouro Preto eliminam, com plenos direitos, os criadores do passado e de hoje de um artesanato tipicamente popular. Eliminam, na maioria dos casos, as relações sociais entre diferentes sujeitos de poder, dinheiro e arte, que tornavam justamente possível as trocas para que igrejas fossem construídas e santos fossem feitos. Assim também, de modo não muito diferente a como fazem os volantes da TURMINAS, tudo o que existe "ali", multiforme, vivo e real nos fins de semana a que são convocados os turistas é banido do texto de pesquisas de folcloristas, sempre que não seja o que é justamente "tradicional", "popular", "típico da região". Lojas de antiguidade, arte e artesanato são incluídas, porque "ali", mineiramente se comercializa o que deve ser comprado em Ouro Preto. Mas todo o processo por meio do qual, sob diversas formas de controle e expropriação, o trabalho do criador sai de suas mãos e vai parar nas prateleiras, torna-se invisível. Criadores, comerciantes e consumidores fazem parte de uma mesma teia indissociável de relações, onde o interesse comum da troca traça as regras que classificam uns e outros e, dentro de cada categoria e entre elas,

define os graus de liberdade e subordinação entre todos. E é através delas que devem ser buscadas as razões pelas quais o artesão vende barato o produto de um trabalho cada vez mais anônimo e banalizado. Mas também a partir delas é que será preciso compreender porque este mesmo artesão prefere a feíssima passadeira de plástico no corredor da casa ao tapete de sisal cuja arte leva o turista de Ouro Preto e Cachoeira do Brumado.

Tentemos um quadro de síntese mais complicada. Seria possível agora juntar esquematicamente os dois momentos das trocas, aqui brevemente descritas, entre os tipos de pessoas que entre ritos de festa e compra povoam um fim-de-semana em Ouro Preto?

<p>arte e artefato finos, eruditos e caros + antiguidade "autênticas"</p>	<p>arte e artesanato "típicos", difundidos e baratos, de estilo "hippie" ou latino-americano</p>	<p>arte e artesanato populares, locais, ou tipificados como "do lugar", comuns e baratos</p>	<p>utilitários e "artesanato" de indústria cultural: estilo: "kitsch"</p>
<p>festividades tradicionalmente eruditas e solenes, ou reservadas: encontros e seminários culturais, festividades cívicas; as grandes festas locais sob controle direto da Igreja</p> <p>exemplo em julho: Festival de Inverno da UFMG (no passado), Encontro de Estudantes de História em Mariana</p> <p>produção oficial ou civil; erudita; controle predominantemente eruditos</p> <p>sujeitos das classes populares locais ausentes ou ocupando, com o trabalho profissional ou artístico, uma posição subalterna</p>	<p>festivais e festas urbanos e modernamente eruditos: encontros de estudantes, festivais de música ou de produtos, situações de "curtição de jovens" em Ouro Preto</p> <p>exemplo em julho: Festival de Música Popular, Festival do Vinho, situações livres de curtiosões de jovens em Ouro Preto, rally em Ouro Preto</p> <p>produção civil; com ajuda de entidades oficiais, eruditas; controle e fruição eruditos</p> <p>sujeitos das classes populares ausentes, ou marginalmente presentes</p>	<p>festejos e festas tradicionais populares principalmente religiosas e realizadas à margem do controle direto da Igreja</p> <p>exemplo em julho: Festa de Santa Cruz na Ponte da Barra</p> <p>produção popular em geral de estilo comunitário; controle e fruição populares; não raro com submissão mais ampla a controles externos ao grupo popular produtor (Irmãdade povoado, etc.)</p> <p>tendência à ênfase na preservação da tradicionalidade popular</p>	<p>promoções empresariais festivas "para o povo do lugar": festivais, concursos, circos</p> <p>exemplo em julho: Concurso de Música Sertaneja, Som-Pop na Festa de Santa Cruz, Circo rodeio</p> <p>produção agenciada de interesse comercial declarado ou oculto; controle empresarial e fruição predominantemente popular</p> <p>produção agenciada de interesse comercial declarado ou oculto; controle empresarial e fruição predominantemente popular</p> <p>tendência à ênfase em uma renovação de tradicionalidade popular; a mesma música sertaneja, mas com marcada influência da indústria fonográfica</p>
<p>tendência à ênfase sobre a tradicionalidade: "quanto mais mineiro melhor"</p>	<p>tendência à ênfase sobre a modernidade, a universalização</p>	<p>tendência à ênfase na preservação da tradicionalidade popular</p>	<p>tendência à ênfase em uma renovação de tradicionalidade popular; a mesma música sertaneja, mas com marcada influência da indústria fonográfica</p>

AS UTILIZAÇÕES DA CULTURA

Pequenas divisões com que tenho trabalhado até aqui, como a de antiguidade, arte e artesanato, ou a de cerimônia cívica e cerimônia religiosa, não são as mais importantes. Indicadores de lugares, situações e objetos, servem apenas para vestir, revestir e indicar no palco o local, o produto do trabalho, ou um momento do drama que um fim de semana festeja em Ouro Preto. Outras são mais importantes e é sobre elas que a atenção deve se prender um pouco mais, antes de deixarmos a noite de domingo da cidade. Elas estão nos próprios modos diferenciais de se ser e estar em Ouro Preto e, mais ainda, na maneira como as pessoas mineiramente ou não se reconhecem e se classificam lá. Erudito x popular pode ser aqui uma redundante oposição básica: aquela que separa tanto o artesão pobre e anônimo, fabricante de pedra sabão, do artista letrado, pintor que assina o que faz e vende o que assina, quanto o jovem universitário de Belo Horizonte ou o turista e o vigário que conhecem e estudam a "vida do Aleijadinho", do rapaz operário semiletrado que de noite se divide entre o Concurso de Música Sertaneja e a Festa de Santa Cruz, e também a moça empregada doméstica que a custo faz "supletivo" e na feira da festa compra um poster "do Roberto Carlos". Oposição mais difícil principalmente nos campos distantes dos extremos, mas a que foi necessário recorrer aqui com frequência.

No correr de tais oposições é possível trabalhar com exemplos locais cuja utilização analítica não é pequena. Assim como podemos opor mais superficialmente a Semana Santa e a Festa de Santa Cruz ao Concurso de Música Sertaneja e ao Festival do Vinho, separando um domínio de celebração do sagrado de um outro, de festejo profano de rua, assim também é possível dizer, em um nível mais relevante, que a Semana Santa opõe-se à Festa da Santa Cruz de modo semelhante a como o antigo Festival de Inverno opõe-se a uma noite de espetáculo do Circo-Rodeio ou, com menor rigor, ao Concurso de Música Sertaneja⁽¹⁸⁾

A observação da conduta de atores de diferentes classes e categorias sociais de/em Ouro Preto na Sema-

na Santa e na Festa da Santa Cruz, denuncia uma evidência significativa em tais oposições. À margem ou circulando entre autoridades do lugar e de fora, há pessoas pobres nos dois ciclos de celebrações religiosas. Na Semana Santa - cujo poder social e simbólico de produção de sequência de ritos, de controle da participação e da atribuição legítima de sentido ao que acontece reparte-se entre autoridades da Igreja Católica, da Prefeitura Municipal e da TURMINAS - as pessoas "comuns" dividem-se entre assistentes marginais, empregados e funcionários rotineiros (os que não têm folga nem na festa) e participantes subalternos. Enquanto na Festa de Santa Cruz, mesmo com o patrocínio da ALCAN e o da Prefeitura, e o controle à distância das autoridades da Igreja e da Delegacia Policial, as mesmas pessoas pobres da cidade e do campo vivem o que se faz e acontece como coisa sua, como algo social e simbolicamente popular. E isto é dito entre todos com muita naturalidade, quando os moradores da Ponte da Barra distinguem a festa que eles assistem, a de que eles participam e a que eles fazem. Todas elas de uma mesma Igreja Católica e todas em Ouro Preto.

A separação entre a Semana Santa e a Festa de Santa Cruz (de que as pequenas "festas de padroeiros" dos arraiais de perto são exemplos mais sábios) subsiste na diferença que a própria ideologia popular estabelece, entre "uma festa nossa" (das pessoas e entre os símbolos e significados da classe, em seu lugar social de realização da vida) e "uma festa da Igreja, onde nós vamos".

Certamente elas próprias não usarão esta última palavra, mas popular tem ali um duplo sentido: primeiro, é o processo e o produto da iniciativa, do imaginário religioso, do trabalho coletivo e da fruição motivada de pessoas que oscilam, em Ouro Preto, entre o pequeno comerciante estabelecido nas proximidades da Ponte da Barra, o operário do alumínio, o desempregado crônico e o lavrador dos povoados das cercanias; segundo, é, hoje, mesmo que no passado tenha sido dever e direito exclusivos da Igreja, a iniciativa de sujeitos da Igreja Católica e se realiza quase à margem de sua presença oficial. Assim, se de um lado a idéia de

popular opõe categorias sociais de pessoas (operários, lavradores, pequenos profissionais "de periferia" presentes e atuantes x turistas, jovens universitários, profissionais "de alto nível", grandes comerciantes e fazendeiros, ausentes ou distantes), de outro lado a mesma idéia opõe categorias de atores religiosos, isto é: tipos de atores sociais revestidos de diferenças e significações a partir da maneira como desigualmente se inscrevem no corpo de trabalho, de poder e de atribuição de sentido da Igreja Católica.

Ora, estas separações tipológicas trabalham contra e a favor de uma evidência estatística que não deve ser escondida. Momento algum, a não ser em situações extremamente fechadas e exclusivistas do ponto de vista do poder social, privilegia o controle absoluto, a participação reservada e a significação ortodoxa única do que acontece "ali", na festa ou na celebração. Sabemos todos que é a Igreja Católica, em Ouro Preto sob a égide da pessoa jurídica e canônica da diocese de Mariana e suas paróquias, quem legitimamente proclama e programa o que é e o como se vive, "ali", uma Semana Santa. Mas todos sabemos também que qualquer negro de Cachoeira do Brumado sentir-se-á convocado, pelo simples fato de ser "dali" e de ser "um católico devoto", a ir participar das missas e das procissões. E, obediente aos ditames da Igreja, ele o fará - participando ou não de uma confraria de São Benedito - a partir de um quadro referencial de símbolos e significados que dinamicamente combina e articula elementos equivalentes do saber e dos valores da Igreja com os seus próprios, os de sua confraria popular de devotos negros, os de sua comunidade em Cachoeira do Brumado, os de sua categoria social de lavrador, os de sua cultura religiosa, parte do sistema de símbolos com que confraria, a comunidade, a família, os negros "de lá" e o sistema local de um catolicismo popular significam as suas próprias vidas, as interrelações entre elas e outras - que outros e os mesmos valores de cultura refletem - as suas posições nos diferentes sistemas da vida social, que se cruzam e recortam de e sobre tais configurações de símbolos. Símbolos que nesse caso impregnam de valores do sagrado seus estilos e motiva-

ções peculiares de vida, seus sentimentos do mundo, o seu ethos de classe e as identidades que combinam, naquele homem: o ser devoto católico, o negro de São Benedito, o lavrador mineiro, a pessoa do Arraial de São Sebastião e o "chefe" de uma família "do lugar".

Assim, tanto na Semana Santa quanto na Festa de Santa Cruz, pessoas das classes populares e, portanto, produtoras e reprodutoras do que costumeiramente chamamos de uma cultura popular, integram-se na armação dos acontecimentos, situações e significados do que se crê, pensa, faz e vive "ali". Mas, para nosso caso muito específico, é justamente a diferença do como participa, o que interessa.

Na maior parte dos casos, os sujeitos presentes "do povo" estão na Semana Santa, ou em uma grande e solene Festa de Corpus Christi, cumprindo ordens e realizando, através de trabalho produtivo ou simbólico (o que aqui separa por momentos o lixeiro que pela manhã varre as ruas do "Sábado de Aleluia" do irmão de São Benedito que na tarde de domingo passará por ali na Procissão da Ressurreição) que, invisível, discreta ou subalternamente destacado, torna possível o festejo. Estarão - e isto se faz com crescente intensidade - aproveitando a ocasião em que o sagrado ano a ano convoca mais o turista curioso do que o devoto piedoso, para incrementar o comércio usual de venda popular de bens e serviços - do artesanato à comilança - de que uma parcela demograficamente pequena, mas culturalmente ainda relevante da população local vive, ou com o que reparte a vida. Estarão, mais em outras grandes festas solenes do que em qualquer um dos dias da Semana Santa, colocando como "o folclore de Ouro Preto" a sua fração de presença coletiva e subalternamente atrativa e pitoresca. Minas Gerais tem mais de 600 ternos ou guardas de Congos e Moçambiques.

Mesmo que uma festa de Igreja em que os ternos de Congos são convocados a se apresentarem não seja deles, como ela é em Santa Cruz e é, mais ainda, na quietude mineiramente rural de um povoado, a presença do trabalho ritual de grupos e pessoas "do povo do lugar" é o que em boa medida serve aos interesses empresariais - não raro revestidos como culturais, nunca

esquecer - de deslocar cerimônias festivas de uma motivação tradicionalmente religiosa e vivida através de sua sucessão de rituais, para a dimensão de um espetáculo. Algo que se transfere do ser vivido-e-visto pelas pessoas do lugar, para alguma coisa que é para ser vista-e-vivida por quem paga e vem de fora. E é este "para ser visto por quem vem" aquilo que subordina e modifica, primeiro o próprio desempenho coletivo do trabalho religioso popular e, depois, pouco a pouco, o seu próprio sentido.

Pois, entre outras coisas, no estabelecer ritualmente a diferença, no significá-la e significar contextos e relações de contextos de trocas entre categorias diferenciais de pessoas e, depois, no consagrar simbólica e afetivamente o domínio de poderes e sentidos em que tudo isso se passa, dentro e depois do que acontece "ali", está a força da festa e de suas sequências de celebrações.

De modo semelhante a como uma manhã comum de domingo em julho distribui pelos cantos, ruas e praças adequados da cidade as pessoas e os grupos de pessoas e a diferença de objetos de antiguidade, arte e artesanato, assim também a diversidade de valores e razões de sua compra-e-venda, a sucessão anual de celebrações religiosas, cívicas ou culturais redistribui pelos mesmos e outros cantos e caminhos de Ouro Preto as mesmas e outras pessoas. Retenhamos daqui em diante mais a atenção sobre os atores sociais populares, aqueles a quem a própria celebração festivamente rouba por um momento da rotina do processo do trabalho e reinveste por algum tempo de outros gestos, poderes e identidades: o nosso lavrador negro também devoto de São Benedito, um operário também exímio dançador do Congo ou o artesão de objetos de madeira que entre o Natal e "Santos Reis" faz do seu corpo a sua própria arte e se reinventa devotamente como um folião dos Três Reis Magos.

Pois é esta articulação entre culturas em "um lugar", ou de interação entre as diferentes culturas "do lugar" em um momento, o que faz a atualidade do poder simbólico (e simbolicamente turístico) de Ouro Preto, uma cidade agora "do alumínio" que não quer, sentimen-

tal e interessadamente, esquecer que veio "do ouro". Uma configuração de objetos, sujeitos e símbolos existentes em qualquer cidade, mas intencionalmente dada a ser mais visível em um lugar obrigado a isto, como Ouro Preto. Seres e coisas que entre si criam e trocam significados contidos nos mesmos e em diversos gestos e condutas que se abrem a leituras, "ali" e "depois", muito diferentes. Leituras cuja síntese cotidianamente feita e revista por seus habitantes produtores, ao mesmo tempo oculta e revela, como cultura e identidade, diferentes maneiras de ser de Ouro Preto, ou de ali se viver e estar em uma vida inteira, ou em alguns momentos de uma festa de julho.

Primeiro é necessário que Ouro Preto seja "cidade histórica", "berco de nossa cultura", um lugar único e, portanto, misticamente carregado de um perfil de diferenciação, para ser, depois, capaz de tornar culturalmente múltiplas ao seu cotidiano justamente as diferenças e as oposições que são, ao mesmo tempo, o seu problema e a sua condição.

Depois de perder na periferia a sua ilusória aparência de "passado colonial" no correr dos anos, e sob a ameaça de transferir-se um dia de "histórica" para "industrial" ou "dormitório" a cidade renova-se hoje e se atualiza em termos francamente capitalistas - algo que a exagerada sacralidade histórica e religiosa da tradição oculta ou reveste - para ser um grande cenário de natureza, história e cultura. Um cenário que, no seu todo, pode finalmente apresentar-se como um espetáculo até onde se vai "Um espetáculo de cultura" que re-semantiza os antigos e cria novos sujeitos, objetos e rituais que, como vimos, a todo o momento, no entrecruzamento entre o que se faz, vende, compra, vê e vive, geram, preservam por vocação e renovam por necessidade de público os momentos e as situações em que, de maneiras diversas e diversamente significativas, é possível e atraente afinal, se vir de longe "viver a cultura em Ouro Preto".

FICHA TÉCNICA

Comissão de Publicações:

Daniel J. Hogan
Denise Bottmann
Sidney Chalhoub

Publicações:

Mada Penteado
Marilza A. Silva
Aguinaldo R. Dias

Gráfica:

Sebastião Rovaris
Marcos Josué Pereira
Adilson Coimbra

IFCH/UNICAMP

CP 6110 - 13081 - Campinas - SP

Tel.: (0192) 39.1140 / 39.3327

Telex (019) 1150 - Telefax (0192) 39.4717

IMPRESSO
GRÁFICA IFCH

