

Cavanhada de Poconé-MT: tradição medieval, folkcomunicação e espetáculo

Lawrenberg Advíncula da Silva¹
Universidade do Estado de Mato Grosso, Unemat

Resumo: A partir da compreensão da Comunicação como ciência da cultura, mais especificamente, na perspectiva da folkcomunicação, o presente artigo parte da hipótese que as condições de apresentação da Cavanhada de Poconé, uma herança colonial portuguesa ligada à memória medieval-cristã, apesar de não negarem a ascendência tradicionalista das oligarquias locais, sugerem, nos dias atuais, uma representação calcada em dinâmicas de entretenimento de dimensão cosmopolita, massiva, estandardizada; ao passo da realização anual do evento no interior de Mato Grosso perpassar a própria noção de prática popular, segundo o folclorista Edson Carneiro (1965), quando se tem, nas formas de atualização da iconografia e dos ritos: indícios de modernização voltada a atender as demandas emergentes de um turismo de viés internacional e orientado de acordo aos desígnios das denominadas cidades-espetáculos do século XXI.

Palavras-chave: Folkcomunicação; Cultura popular; Modernização cultural; Cavanhada de Poconé.

Uma conversa inicial: entre esboços e lugares-comuns

Para um primeiro esclarecimento, o texto aqui surge do desejo maior de desenvolver um inventário acerca dos fenômenos do cotidiano e do massivo no cerrado mato-grossense, tendo, no caso, por corpus de análise: a identificação das singularidades existentes na relação dialética entre as tradições populares e o discurso da modernidade na festa da Cavanhada de Poconé, cidade bicentenária e situada no Sul do estado de Mato Grosso. Bem como, sintonizado com as problemáticas hodiernas do campo científico, o que será exposto não deixa de reconhecer uma latente dificuldade das Ciências Sociais Aplicadas e dos próprios estudos de Comunicação em dar conta de explicar o fenômeno cultural em sua complexidade, sobretudo, quando a sociabilidade contemporânea se faz mediada pela dinâmica do espetáculo – vide, a primazia das interações via telas de celulares sobre as cotidianas do face-a-face.

¹ Mestre em Estudos de Cultura Contemporânea e professor assistente do curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo, Unemat. Coordenador do Projeto de Pesquisa Formação Profissional em Jornalismo em Mato Grosso – FPJMT. E-mail: lawrenberg@unemat.br

Ressalto também que os resultados a serem debatidos tratam-se de um estudo ainda parcial, feito por meio de uma breve incursão etnográfica no mês de junho deste ano, durante as festividades da festa do Divino Espírito Santo, em Poconé – atualmente com aproximadamente 32 mil habitantes (IBGE, 2014). Enquanto o enquadramento teórico é baseado mais enfaticamente nas pesquisas de pós-graduação da geógrafa matogrossense Silvana Moraes Abdalla (2006) e do historiador Carlos Eduardo Schipanski (2009), todavia, privilegiando como escopo as abordagens da Folkcomunicação, cuja trajetória enquanto campo de conhecimento tem se mostrado comprometida com a superação da marginalidade social no Brasil moderno.

Analisando, a grosso modo, a trajetória dos estudos da história cultural e da antropologia, vale afirmar que: lamentavelmente as tradições populares nunca lograram do mesmo prestígio que as chamadas culturas clássicas (artes plásticas, música erudita, artes cênicas, etc), ao passo de, segundo o sociólogo francês Edgar Morin (1967), estarem sempre atreladas a um simbolismo rústico, senão niveladas a um estágio inferior de desenvolvimento intelectual. A constatação de Morin, além de evidenciar uma rachadura histórica na conceituação de cultura, também assinala a influência das contradições sociais nas relações, práticas e instituições culturais, ao longo dos últimos séculos.

No caso da Cavalhada de Poconé, isso implica, para mais ou para menos, no dimensionamento do grau de influência que a demanda externa, constituída majoritariamente por turistas, exerce sobre os agentes diretos da atração, identificada pelos cavaleiros e organizadores da atração. O que, em outras palavras, tende a traduzir não somente o embate entre os discursos da tradição e da modernidade, mas, sobremaneira, expor uma hipótese relativamente oportuna no que tange a legitimação de práticas e fazeres sociais das camadas denominadas ‘ignorantes’, na medida em que, segundo o historiador Carlos Eduardo Schipanski (1999, p.93):

um dos aspectos mais marcantes da colonização portuguesa em terras brasileiras foi o estabelecimento de uma estrutura comunitária fortemente hierarquizada e discriminatória, com laços de submissão claramente definidos e com diferenças estatutárias mais acentuadas.

Para além das marcas da tradição cristã-medieval

Do ponto de vista histórico, a festa da cavallhada remonta o período medieval na Península Ibérica, mais especificamente, o século VIII, quando algumas oligarquias familiares realizavam uma dramatização cênica em alusão à vitória dos cristãos sobre os mouros, durante as batalhas da guerra da Reconquista. Indo mais além, pode-se dizer que o espetáculo tinha sua inspiração nas cantigas de trovadores medievais sobre os feitos heroicos do rei franco Carlos Magno², ao lado de 12 cavaleiros (os Doze Pares da França), mas, na medida em que é apropriado pelas formas de poder estabelecidos da época, tendia em reafirmar os preceitos cristãos de dominação sobre as camadas infieis da população. (SCHIPANSKI, 1999, p.82-85). O que, sem sombra de dúvida, evidenciara o caráter ideológico das cavallhadas, sobretudo, em sua tentativa política de destacar a supremacia do imaginário cristão europeu e exaltar as virtudes dos reis da época, em detrimento do repúdio às culturas islâmicas.

Na maioria dos casos, nas representações haviam, em certa medida, uma estratégia ideológica visando a persuasão das camadas subalternas e povos dominados, não muito diferente da praticada pelo cinema hollywoodiano, desde a década de 1940. Nisso, julgo pertinente mencionar a pesquisa densa realizada pelo sociólogo Douglas Kellner (2001), quando o mesmo apontava a existência de uma cultura da mídia, essencialmente ideologizante, por trás das produções cinematográficas e algumas coberturas jornalísticas (CNN), cuja finalidade era a manipulação da opinião pública e, quase concomitante, a geração de referências que remetessem a formação de novos gostos e preferências. Na visão de Kellner, a cultura veiculada na mídia atuaria como força dominante de socialização.

a cultura veiculada pela mídia transformou-se numa força dominante de socialização: suas imagens e celebridades substituem a família, a escola e a Igreja como árbitros do gosto, valor e pensamento, produzindo novos modelos de identificação e imagens vibrantes de estilo, moda e comportamento (KELLNER, 2001, p. 27).

² O rei Carlos Magno surgiu como figura emblemática durante a dinastia carolíngia na França, quando lutou contra a invasão dos sarracenos, muçulmanos. O feito foi divulgado e ganhou notoriedade entre os trovadores da época na forma de um gesto de lealdade cristã. Mas, acima de tudo, foi incorporado ao folclore, durante séculos.

Esta propositura de Kellner encontra ressonância na crítica bourdiana acerca dos campos culturais, quando se analisa o *modus operandi* de alguns grupos hegemonicamente estabelecidos ampliarem sua influência social por meio de determinados mecanismos, que, além de exercerem a função de aparato político-ideológico da cultura dominante em dada organização social, também legitimam e sancionam seus regimes de dominação.

Ainda sobre as representações das cavalhadas medievais, deve frisar a constituição dos seus personagens, assim todos centrados na figura do homem devoto tanto aos valores dogmáticos preconizados pela Igreja católica (o clero), quanto dos desígnios morais sustentados pela nobreza da época. Estes personagens eram criteriosamente “avalizados” pelas estruturas de dominação e sempre ocuparam o papel de mocinhos, caracterizados como justos, ricos, além de, esteticamente, travestidos de tons amenos que remetiam os matizes do azul do céu; enquanto os mouros, tratados igualmente aos “denominados povos bárbaros”³, recebiam o rótulo de vilões da civilização; qualificados como rudes, vis e marcados por acessórios e vestuário de tons quentes e variações do vermelho, logo associados ao “mal” pela escola barroca. Para fortalecer este discurso hegemônico-imperialista-bíblico, havia toda uma encenação dramática, acompanhada do som pausado de tambores, de uma narração vibrante e, principalmente, de um desfecho ético-político de aspiração religiosa.

No Brasil, as cavalhadas integram os festejos religiosos do Divino Espírito Santo, e, de acordo com o calendário da Igreja Católica, são realizadas 50 dias antes da Páscoa – dia de Pentecostes. De acordo com Silvana Abdalla (2006, p.114), os festejos “relembrem o dia que Jesus teria enviado o Espírito Santo aos seus apóstolos e determinado que eles iniciassem o processo de evangelização dos povos”.

Por outro lado, resguardando-me pela pesquisa do historiador José Ramos Tinhorão (2000), na obra intitulada “As festas no Brasil colonial”, é preciso destacar o caráter elitista das cavalhadas, ao passo de, historicamente, a participação no espetáculo

³ A designação de bárbaros surge na Grécia Antiga e se destinava aos povos que não participavam da helenidade. Já, segundo Laplantine (2003), nos séculos XVII e XVIII, o termo seria substituído por selvagens, enquanto oposição dos povos civilizados, o que evidentemente transparecia o viés evolucionista dos primeiros trabalhos antropológicos, quando havia uma clara distinção das relações culturais a partir da cisão entre natureza (animalidade) e homem (humanidade).

ter sido somente restrita às classes dirigentes locais, assim destinando às camadas populares o papel de figurantes. Afinal, um dos intuitos da implantação das cavalhadas estava ligado ao fato da Coroa portuguesa catequizar os gentios e escravos africanos, evidenciando assim o poder da fé cristã. (ABDALLA, 2006, p.115)

Abaixo, segue um quadro feito pelo historiador Léo Brandão (1978) acerca de algumas cavalhadas no território brasileiro.

Ano	Local	Evento
1549	Bahia	Festa de Corpus Christi, danças e invenções à portuguesa.
1563	Piratininga	Festa de Pentecostes
1564	Espírito Santo	Festa de Pentecostes
1589	Bahia	Torneio de estudantes em colégio dos jesuítas

A título de uma ponderação pelo viés da Economia Política da Cultura, calcada na crítica do economista brasileiro Celso Furtado (1984), este caráter elitista assumido pelas cavalhadas brasileiras parece-me evidentemente perigoso. Primeiramente pelo sentido de segregar socialmente os modos de sentir, pensar e transmitir conhecimento de uma dada comunidade de indivíduos. E segundo, sobretudo, pelo fato de inibir formas de intervenção cultural contrárias, ainda mais em se tratando daquelas advindas das camadas iletradas da população brasileira, a massa popular.

Este lado seletivo ficaria mais ou menos atenuante, na medida em que as cavalhadas, ao expandirem no território brasileiro, sofreram inúmeras ressignificações, num processo de sincretismo cultural essencialmente rizomático e geograficamente particularizado. Da cavalhada em Guarapuava, Paraná, à de Pirinópolis em Goiás e de São Luís da Paraitinga em São Paulo, variava-se drasticamente as condições de alocação dos elementos de figurino e cenográficos, tal qual da organização e do enredo das próprias apresentações. Um exemplo disso reside na comparação das cavalhadas no Sul com as do Nordeste, quando as diferenças da raça dos cavalos determinavam invariavelmente as relações de status e prestígio social estabelecidas no local.

O folclorista Brandão (1976) atribui estas diferenças às diversas interpretações derivadas da versão original das batalhas, entre elas, por exemplo, à reminiscência da tomada do castelo dos mouros pelos cristãos. Ao discutir os processos de hibridização

das culturas, Nestor Garcia Canclini (2003), conhecido na América Latina por seus trabalhos na área de estudos culturais, comunicação e política, é enfático em reconhecer a natureza inventiva destas variações, ao passo de identificar os elementos matriciais e resultantes dos cruzamentos entre o folclórico-local e o popular-externo e dominante.

Além disso, outra importante questão a ser levantada reside nos locais de apresentação das cavalhadas brasileiras, que eram geralmente próximos das igrejas católicas ou algum edifício público. Isso, numa breve leitura de Darcy Ribeiro (1997), caracterizar-se-ia uma incontestável importância política, já que os projetos de urbanização implantados pelos portugueses no Brasil faziam-se alinhados com o desejo da Igreja católica consolidar-se entre os povos americanos. Enfim, mais um argumento que comprova a unilateralidade das relações de mediação cultural da cavalhada, cuja prática, Bourdieu (2007), a grosso modo, justifica como mais um mecanismo de perpetuação das estruturas hierarquicamente dominantes, só que, ao invés de fisicamente coercitivo, invisível e mais sagaz.

Distante de esgotar a discussão inicial, julgaria temeroso não citar os estudos do antropólogo Clifford Geertz (2008) acerca da ligação cultural das rinhas de galo com a organização social da ilha de Bali, Indonésia. No texto, com o título “Um Jogo Absorvente: Notas sobre a Briga de Galos Balinesa”, torna-se louvável o esforço de Geertz em sua tentativa de esquematizar o sentido de ser balinês a partir das brigas de galo, consideradas clandestinas naquele país. Creio que, para toda análise empírica que se preze, seja necessário a leitura deste pesquisador, ainda mais em se tratando das cavalhadas, atrações que ligam a visão medieval de civilização com a necessidade atemporal e lúdica das massas e das elites por diversão.

A cavalhada de Poconé: uma abordagem em folkcomunicação e a presença do espetáculo nas práticas folclóricas

Nos estudos de folkcomunicação, mais especificamente na tabela taxionômica, originalmente criada por Luiz Beltrão (1980) e depois atualizada pelo professor José Marques de Melo (2008), com base na observação dos fenômenos da comunicação popular, a cavalhada é categorizada como folguedo, constituindo-se um exemplo de

folkcomunicação cinética. Ao referir o termo folguedo, leia-se: manifestação folclórica que possui letra, música, coreografia e representação teatral.

A folkcomunicação, desde seu marco fundacional na década de 1950, sempre se apresentou na contramão da escola funcionalista dos estudos em Comunicação, ao privilegiar os grupos marginalizados (BELTRÃO, 1980). Trata-se de uma teoria genuinamente brasileira, elaborada enquanto disciplina acadêmica na junção dos estudos na área de folclore, história cultural, sociologia e economia popular e comunicação popular. O que demonstra, por meio de seu leque extenso de objetos, a urgência de suas proposituras no entendimento da realidade brasileira. Mas é talvez em Luiz Beltrão, fundador e responsável pela disseminação da teoria, que encontremos definição mais abrangente. Segundo ele, a folkcomunicação apresenta-se como:

um processo de intercâmbio de mensagens através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore e, entre as suas manifestações, algumas possuem caráter e conteúdo jornalístico, constituindo-se em veículos adequados à promoção de mudança social. (BELTRÃO apud FERNANDES, MELO, 2013, p.110)

Interpretando o raciocínio de Beltrão a partir das especificidades da cavalhada de Poconé, podemos identificar o processo de intercâmbio de mensagens nas formas de divulgação da festividade e da mediação cultural da representação da batalha medieval, vista desde os trajes dos cavaleiros e torcida, à decoração da arena e dos camarotes. Enquanto os agentes seriam os cavaleiros, os pajens e os locutores-cronistas, então responsáveis pela transmissão das informações e a garantia da sociabilidade.

O estudo da cavalhada em Poconé tende a demandar um insight histórico sobre a evolução dos seus ritos e ritualismos, compreendendo-as a partir de um constante processo de adaptação. A perspectiva aqui traçada comunga com um conceito de folclore mais abrangente ao exposto pela escola norte-americana dos Estudos Culturais (tradição oral), assim que o entende como “um conjunto de conhecimentos, provérbios, cantos, mitos, lendas, e crenças que se incorporam à tradição da comunidade” (QUEIROZ, 1969, p.893), e considera a sua natureza mutável. Para o folclorista Edson Carneiro (1978), em obra intitulada *A dinâmica do folclore*, trata-se da superação do

conceito tradicional de cultura popular em prol de uma visão dialética do folclore, enquanto materialidade simbólica de uma dada comunidade ou sociedade.

Os primeiros registros da cavalcada de Poconé datam do século XVIII, na época promovidas para se comemorar a chegada de autoridades, mas antes dela, em Mato Grosso, já haviam ocorrida na cidade de Cuiabá, capital do estado. De acordo com Mendonça (apud ABDALLA, 2006, p.115-116), a primeira cavalcada realizou-se em 20 de julho de 1769, sob a finalidade de congratular a chegada de Luís Pinto de Souza Coutinho, Capitão-General e 3º Governador da capitania de Mato Grosso. Na ocasião, o autor, com base de informações documentais do Instituto Histórico de Mato Grosso, descreve a atração como uma “representação campal da guerra de Troia”, ao invés da disputa entre cristãos e mouros, que se fazia acompanhada de uma banda de música, com composições simplórias e em alusão aos hinos eclesiásticos.

Crédito: Arquivo pessoal da família Moraes Abdalla.



Fig.1: Cavalcada sendo apresentada antigamente na Praça Matriz, de Poconé, no ano de 1954. Depois deste ano, passaram-se 37 anos, até a retomada da festividade em 1991, realizada no Parque de Exposições Agropecuárias da cidade. (Fonte: Silvana Morais Abdalla)

Em relação ao número de cavaleiros, na cavalcada são 12 pares no total, divididos igualmente entre os exércitos cristãos (com vestimenta azul) e mouros (com vestimenta vermelha). Antes realizado na praça Matriz de Poconé, e atualmente, no Clube Cidade Rosa (CCR), a cavalcada inicia geralmente as 8 horas da manhã, com a encenação do assalto mouro do castelo, feito improvisadamente de bambu.

Durante os dias antecedentes à cavalhada de Poconé, diversas mensagens de apoio aos cavaleiros são disseminadas em faixas de ráfia em localidades estratégicas. Elas constituem mecanismos de divulgação do evento para as mais variadas camadas sociais e a partir de um formato considerado rudimentar, quando comparado aos painéis e empenas publicitários das grandes metrópoles. Contudo, exercem eficientemente a sua comunicação, da mesma maneira que o ex-voto, os livrinhos de cordel, o letreiro no muro precário; enfim, aos demais processos folkcomunicativos.

Crédito: Lawrenberg A. Silva

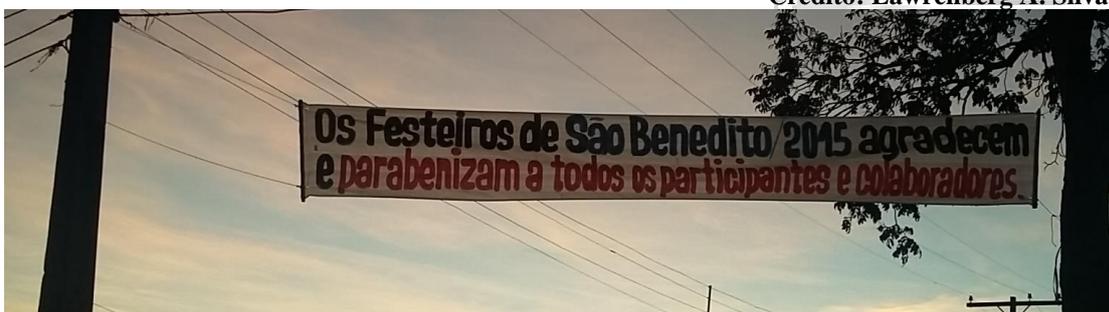


Fig.2: Faixa com mensagem de apoio aos participantes da Cavalhada.

Na encenação da cavalhada, o guerreiro mouro, interpretado por um cavaleiro de faixa etária entre 18 a 30 anos, sequestra a Rainha da Cavalhada, interpretada geralmente por uma jovem moça, geralmente primogênita de uma das famílias homenageadas no festejo (Divino Espírito Santo), que, por sinal, exerce grande influência na vida política da cidade pantaneira. Trata-se de uma cena inspirada no rapto de Helena, da mitologia grega.

Após a cena de abertura da cavalhada, começam as provas na arena, de dimensões maiores um pouco do que um campo de futebol. Cada exército é enfileirado para um lado oposto, do qual travam inúmeras disputas em forma de gincana, entre elas: a caça do judas (alusão bíblica ao apóstolo de Jesus), a guerra de limões, a corrida de cavalos, o lançamento de argolas, etc.

Cada cavaleiro é trajado de uma vestimenta de cetim, bastante ornamentada, chapéu com plumas, fitas e guizos, capas de cetim e bordadas com lantejoulas, além de lanças de aço com 1 metro de comprimento. Na cavalhada, podem também desempenhar a função de mantenedor ou embaixador.

Crédito: Lawrenberg A. Silva



Fig.3: Cavaleiros Mouros confabulando.

Crédito: Lawrenberg A. Silva



Fig. 4: Arena da Cavalhada, no CCR.

Da década de 1990 para os dias atuais, registra-se uma mudança incisiva na organização e visibilidade da cavalhada poconeana. Senão dizendo adequações condizentes às mudanças socioeconômicas em curso no município, entre elas, o aumento do volume de turistas e da qualidade do serviço de hotelaria no pantanal matogrossense. Ainda que, por outro lado, permanecessem a devoção e a crença religiosa inabaladas, dado a preservação do calendário de festas de santo na cidade – atualmente, segundo a Secretaria municipal de Cultura, com mais de 300 festas, e a maioria na zona rural.

Este paradoxo, conforme apontou Nestor Garcia Canclini (2003), em sua obra *Culturas Híbridas*, revela que a tradição e a modernidade não se anulam, pelo contrário, complementam-se. Ou seja, revela que as atualizações e recriações são necessárias e inevitavelmente constituintes desta dinâmica cultural, da mesma maneira que o carnaval, festividade popular, acabou se tornando atualmente um espetáculo de amplitude internacional.

Sob esta tendência, que cada vez mais tem impactado as mais variadas comunidades do globo, inclusive aquelas situadas nos rincões do cerrado e da floresta amazônica, nota-se uma disseminação da imagem do espetáculo ora enquanto discurso

afirmativo de uma cultura popular ativa, dinâmica, ora como traço de uma modernização reflexiva. Ou seja, compreendida segundo o sociólogo alemão Ulrich Bech (1992) na condição de desenvolvimento com riscos não-calculados (risk society), e sem o mínimo controle das consequências.

Contudo, não julgo plausível a discussão por este viés mais pessimista, senão catastrofista. Até porque, como já foi mencionado anteriormente, constata-se uma relação dialética entre estas demandas culturais locais-populares com as versões externas.

A modernização cultural da cavalhada de Poconé passa, inicialmente, pela dotação de saberes científicos e técnicos dos segmentos diretamente envolvidos em sua organização, o que implica numa valorização da mão-de-obra intelectual e universitária da região. Ao passo de contar com serviços de publicitários e relações públicas na divulgação do evento, engenheiros elétricos para supervisionar a iluminação e sonoplastia da megaestrutura da arena e dos camarotes, designers de interior para decorar as arquibancadas, os stands gastronômicos e o camarote; as nutricionistas na consultoria gastronômica. Depois ela abrange uma sofisticação dos equipamentos e materiais utilizados na composição da sua cena plasticamente rústica, identificada na substituição de estruturas de madeira por metálicas, de sistemas analógicos por digitais, e, por final, na aquisição de uma rede de wifi onde, antes, mal se fazia uma ligação telefônica.

Em ambos os casos, nota-se o forjamento de uma experiência emergente, senão residual, de vida contemporânea. Isto porque, o desafio é constituir-se de repertórios simbólicos enquanto condição de afirmação cultural, ante os jogos identitários a nível nacional e global; sem abandonar os traços caraterísticos que torna o folguedo uma tradição popular.

Em se tratando da comunicação, além do uso de fanpagens e avatares com imagens e símbolos associados a mouros e cristãos no facebook e instagram, há uma profusão de vídeos no youtube, inclusive uma propaganda feita via animação (stop-motion), produzida pela secretaria de Comunicação Municipal, como indicio da profissionalização das formas de concepção e organização da cavalhada.

Na elaboração do vídeo da propaganda da cavalhada, intitulado Cavalhada de Poconé, de duração de 30 segundos, o lúdico prevalece enquanto simbologia de representação dos cristãos (pombinha azul) e mouros (lua vermelha), e do próprio cenário. Como background (pano de fundo), optou-se por um papel kraft, geralmente utilizado nas sacolas de supermercado. Trata-se de uma fotografia inspirada na cenografia da minissérie Hoje é dia de Maria (Globo, 2005). A sequência de frames, denominado de *stop-motion*, sugere a montagem do cenário rústico, enquanto a trilha sonora, um rasqueado cuiabano, reitera os traços da musicalidade regional. O texto é entoado por uma locução masculina, da qual o sotaque anasalado, aspecto sociolinguístico proeminente da identidade cultural poconeana, é forte.



Fig.5: Imagem da abertura da propaganda.

O uso do vídeo promocional no canal youtube pode ser enquadrado como uma ação folkmediática em tempos de redes sociais da internet, que, por sua vez, segundo o pesquisador Osvaldo Trigueiro (2008), caracterizaria como uma interlocução possível em um mundo constituído de novas referências, novos contextos históricos e culturais globais. Neste mundo de redes telemáticas, o agente folkmediático criaria estratégias e táticas em prol do seu grupo social, ao ampliar espaços de interação entre culturas populares e as culturas midiáticas. O que, definitivamente, altera e atualiza o sentido de protagonismo dos agentes folk, inicialmente apontado pela teoria de Beltrão na década de 1980.

Assim, a promoção da cavalhada nas redes sociais da internet insinua como mais uma resposta competitiva das demandas locais às alteridades criadas pela globalização informativa e mundialização cultural, constituídas por uma geração de indivíduos denominados por alguns estudiosos de cibercultura como imigrantes digitais. Mas, por outro lado, esta atuação folkmediática atribui ao próprio evento folclórico da cavalhada de Poconé a condição de uma utopia contemporânea, para não falar simulacro, na medida em que contingencia uma multidão heterogênea de espectadores-consumidores, sob a movediça promessa de um entretenimento comercialmente atrativo, mas, na realidade, apresentado totalmente distante no que tange aparato tecnológico, técnico e humano, quando se comparado, por exemplo, a um show da turnê On the run: live in Paris (2014), da cantora Beyonce em parceria com rapper (e esposo) Jay-Z.

Considerações finais

A condição dialética entre a dinâmica do folclore e a ideia de espetáculo tende se manifestar na cavalhada de Poconé na geração de um sentimento de protagonismo entre os seus envolvidos (festeiros e participantes), dotando-os de um senso de comunidade local e, ao mesmo tempo, cosmopolita. Assim que possibilita, em lugares antes somente subjazido de saberes informais, a coexistência de conhecimentos e técnicas que demandam uma formação especializada. Trata-se de uma captura de subjetividade e capital simbólico da qual, invariavelmente, assinala o desejo de se modernizar, tanto por parte dos festeiros envolvidos na cavalhada, quanto do público local e participante, ao passo de alterar a própria concepção do evento para, ao invés de uma atração religiosa do calendário regional, um espetáculo de cultura local voltada para turismo internacional.

Esta transição, já percebida pela agenda da grande mídia brasileira, vide cobertura dedicada pelos telejornais da rede Globo (Jornal Hoje e JN), mais que uma reminiscência do capitalismo tardio, opera uma série de aparatos relacionadas às indústrias de lazer, bem como se insinua como reflexo das cidades espetáculos, então caracterizadas, segundo a socióloga Izabela Naves (2010), por suas capacidades de inserção na economia global.

De acordo com Arantes (apud LIMA, 2004), a emergência destas cidades espetáculos convertem a organização informal de eventos culturais em produtos e serviços de sistemas competitivos de marketing e turismo internacional. Esta tendência manifesta-se na cavalhada de Poconé na necessidade de alguns organizadores darem respostas competitivas aos fluxos globais de consumo, dentre as quais, abrange, por exemplo, o aprendizado de outro idioma (inglês ou espanhol), a fim de atender as caravanas de turistas estrangeiros – hospedadas em hotéis, pousadas e estancias ecológicas da região, reconhecida internacionalmente como principal rota do Pantanal (um dos maiores ecossistemas do planeta).

Do ponto de vista da Folkcomunicação, o estudo da cavalhada de Poconé endossa o caráter dinâmico das manifestações da comunicação popular, em sua mediação das práticas folclóricas e das indústrias culturais. Mas, ao mesmo tempo, atenta para novos desafios em relação ao modo dos agentes populares gestarem eventos folclóricos, mas massificados, espetacularizados. Entre eles, o de saber planejar conforme as nuances das políticas culturais hoje existentes no Brasil. O que abrange a criação de canais próprios de comunicação (blogs, fanpages, fanzines), além do domínio de capital intelectual, por exemplo, para elaborar projetos culturais de financiamento não somente dos órgãos locais de fomento, mas, sobretudo, de um misto entre empresas privadas e públicas de todo estado de Mato Grosso, vide a participação cada vez maior de anunciantes de outras cidades e até estados nas placas publicitárias da arena.

Referências

ABDALLA, Silvana Maria de Moraes. **Turismo e Cultura: uma leitura do espaço urbano poconeano em suas singularidades**. Dissertação de mestrado apresentado ao programa de pós-graduação em Geografia, Universidade Federal de Mato Grosso. Cuiabá: Editora UFMT, 2006.

BARBEIRO, Jesus-Martin. **Dos meios às mediações**. 2. Ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.

BECK, Ulrich. **Risk society. Towards a new modernity**. Londres: Sage Publications, 1992

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. A Influência do Jornalismo e Os Jogos Olímpicos. Trad. Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor: 1997.

BRANDÃO, Théo. **Folguedos natalinos – cavalhada**. Maceió: Imprensa universitária da UFAL, 1976.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Edusp, 2006.

CANEVACCI, Massimo. **A cidade polifônica: Ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana**. São Paulo: Studio Nobel, 1993.

DAMATTA, Roberto. **Relativizando: uma introdução à antropologia social**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 1987.

DEL PIORE, Mary. **Festas e utopias no Brasil colonial**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. - 1. Ed. I3.reimpr. Rio de Janeiro: LTC, 2008.323p.

HALL, Stuart. **Identidade Cultural na pós-modernidade**. 10. Ed, Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru: Edusc, 2001.

LAPLANTINE, François. **Aprender antropologia**. São Paulo: Brasiliense, 2003.

MALINOWSKI, Bronislaw. **Argonautas do pacífico ocidental: Um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné melanesia**. São Paulo: Abril Cultural, 1976. 436 p.

MELO, José Marques de; FERNANDES, Guilherme Moreira (orgs.). **Metamorfose da Folkcomunicação: antologia brasileira**. 1. ed.São Paulo: Editae Cultural, 2013.

PRADO, Luís Serenini. **Dos conceitos de cultura à cultura dos meios**. Revista Fragmentos de cultura, Goiânia, v. 20, n. 1/2, p. 68-80, jan./fev. 2010.

RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro**. A formação e o sentido de Brasil. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995

ROQUE, Laraia de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. 14.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001

SCHIPANSKI, Carlos Eduardo. **Cavalcadas de Guarapuava: história e morfologia de uma festa campeira (1899-1999)**. Tese apresentada no programa de Pós-graduação em História, da Universidade Federal Fluminense. Niterói: Editora UFF, 2009. 274 fs. Site da prefeitura municipal de Poconé: www.pmpocone.com.br.

TINHORÃO, José Ramos. **As festas no Brasil colonial**. São Paulo: Editora 34, 2000.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **Folkcomunicação & ativismo midiático**. Paraíba: Editora Universitária da UFPB, 2008.