

10 e 11 de setembro de 2004

O CANCEINEIRO POPULAR DA IMIGRAÇÃO ITALIANA E O TURISMO MASSIFICADO NA SERRA GAÚCHA

Candice Soldatelli¹

Resumo: O cancioneiro popular da imigração italiana, patrimônio cultural simbólico da Região Colonial Italiana do Rio Grande do Sul, tem como uma de suas funções primordiais salvaguardar traços da identidade local. Contudo, assim como a burguesia, durante o Romantismo, apropriou-se da cultura popular, o turismo massificado busca lucrar com as manifestações populares tradicionais, transformando-as em atrações turísticas. Nesse processo, as canções são despidas de seus significados, retiradas do seio das comunidades e transformadas em produtos para o consumo. O distanciamento subsequente desses bens em relação à identidade do povo é irreparável, uma vez que ocorre a desfiguração da cultura regional em benefício de uma cultura de massa.

Palavras chave: Cancioneiro popular; cultura simbólica; identidade local; imigração italiana; turismo

O cancioneiro popular na Região Colonial Italiana do Rio Grande do Sul – RCI talvez seja um dos mais representativos bens simbólicos dos descendentes de imigrantes na Serra Gaúcha. Na complexidade da cultura popular, a canção se apresenta não apenas como uma obra literária plurissignificativa, mas principalmente como patrimônio cultural representativo dos traços identitários de um povo. Nesse sentido, encerra os costumes, as crenças e a visão do mundo camponês da região, desde o final do século XIX até o presente. Contudo, assim como o patrimônio cultural material pode ser depredado mediante o avanço da exploração turística, os bens culturais simbólicos também se encontram suscetíveis a todo tipo de alteração ao serem despidos de suas funções e usos primordiais determinados pela comunidade que os preserva. Já no século XVIII, mediante as primeiras incursões de jovens intelectuais burgueses para estudar a cultura popular, incluindo a canção de matriz tradicional, houve a perda de características fundamentais desta ao ser apropriada para outros fins que não a representação da identidade de um povo. A suscetibilidade da cultura simbólica e o crescimento do turismo massificado na RCI

leva a uma reflexão pertinente sobre as possíveis alterações no patrimônio em questão em benefício de uma cultura de massa.

1. O cancionero popular e a identidade local

Partindo do pressuposto de que o canto é um indicador cultural, depositário de símbolos significativos para a comunidade que o preserva, cabe ao pesquisador interpretar a simbologia de que se revestem os cantos populares para melhor compreender as marcas deixadas pelos antepassados e desvendar as particularidades de nossa cultura presente. Em meio ao cancionero popular da imigração italiana encontram-se significados que concentram os traços da identidade local, a história e a cultura dos primeiros colonos e de seus descendentes.

Para melhor entender a dinâmica entre os símbolos presentes nos textos dos cantos e sua relação com a questão identitária, é importante explorar os conceitos de uso e função das canções. Merriam (1983, p. 212-213) observa que quando se fala do uso da música em geral, refere-se ao modo como ela “é empregada na sociedade humana, à prática do exercício musical, considerada isoladamente ou em relação a outra atividade”. Já a função é apreendida por meio de uma análise mais profunda do contexto cultural, da interpretação do texto dos cantos.

Em relação ao cancionero popular da imigração italiana, pode-se afirmar, num primeiro momento, que o uso das canções esteja ligado aos momentos de lazer, à integração entre as pessoas, à distração para as longas horas de trabalho. Já as funções subjacentes a esses mesmos cantos vão além de seu uso prático: a letra de cada canção resguarda símbolos que traduzem crenças, valores, desejos, códigos de conduta e outras questões significativas para a manutenção da identidade local. Essas características conferem ao cancionero popular da imigração italiana o papel de patrimônio cultural consignado às gerações futuras por meio da tradição. Para Silva (2004, p. 43), “a cultura, o passado e o patrimônio não se vendem, nem se compram e se venderem ou comprarem, todo o sentido último subjacente à expressão cultural dos povos será expropriado”. Entretanto, à medida que o turismo de massa avança na Serra Gaúcha impulsionado pelo *marketing* em torno da “epopéia italiana”, há o risco de que o cancionero se torne um mero bem de consumo, um *souvenir* da Região Colonial Italiana do Rio Grande do Sul.

¹ Mestre em Letras e Cultura Regional, professora do Departamento de Letras da Universidade de Caxias do Sul e pesquisadora do Projeto ECIRS – Elementos Culturais da Imigração Italiana do Rio Grande do Sul

É possível que o uso da canção deixe num segundo plano seu caráter de integração da comunidade para assumir o papel de *atração turística*. Conseqüentemente, a função de salvaguardar traços da identidade local pode ceder espaço a uma outra função: servir de meio para a institucionalização da tradição, ou seja, tornar-se objeto de uma tradição inventada.² Há a substituição do critério de valor de um bem simbólico: segundo Barretto (2000, p. 32), “o patrimônio deixa de ser valioso por sua significação na história ou na identidade local e passa a ser valioso porque pode ser ‘vendido’ como atrativo turístico”.

Banducci e Barretto (2001, p. 11) reconhecem que há casos em que os anfitriões de uma dada comunidade passam a ver o turista como “fontes de renda” de tal forma que “as trocas acontecem entre sujeitos sociais que não enxergam a si mesmos como tais, a não ser como consumidores e prestadores de serviços, respectivamente”. Portanto, o problema não concerne ao turismo em si, mas à possibilidade de que os bens da cultura simbólica – como o canto popular – deixem de representar a verdadeira identidade local para se transformarem em artigos de comércio. Pozenato (2003, p. 102-103) exemplifica essa alteração dos bens simbólicos analisando o caso da cidade de Gramado, na Região das Hortênsias, no Rio Grande do Sul:

Acho que isso [a folclorização total da cultura] ocorreu em Gramado, com uma total descaracterização da cultura local. O sujeito não faz mais a casa para ele morar, faz a casa para o turista ver. Não faço mais a praça como eu gostaria que ela fosse. Faço a praça como eu quero que o turista a veja, e assim por diante. Então vai havendo um processo de descaracterização de identidade.

Um estudo realizado por Savoldi (2003) identifica um processo semelhante ocorrido na cidade de Urussanga, no sul do estado de Santa Catarina. Assim como a região de Blumenau e do Vale do Itajaí vem promovendo o turismo étnico há anos por meio das festas típicas alemãs, o sul do estado procura criar um *marketing* turístico baseado na imigração italiana. Contudo, Savoldi (2003, p. 91) alerta que “a italianidade que se quer representar nem sempre é a vivenciada no momento”. Depreende-se dessa observação a existência de uma tentativa de criar uma cultura artificial, ou melhor, uma tradição inventada que dê conta da demanda pelo turismo étnico naquela região. De acordo com Savoldi (2003, p. 113), “a cultura italiana, que vem sendo construída, é convertida em mercadoria”, logo se pode supor que as canções populares trazidas pelos imigrantes para a região de Urussanga gradativamente passam de bem simbólico a bem de

² A questão da invenção das tradições é abordada aqui numa acepção de Eric Hobsbawn (1984, p. 14), quando afirma que a tradição inventada implica a modificação, a ritualização e a institucionalização de práticas tradicionais já existentes para servir a novos propósitos. Esse tema foi abordado anteriormente pela autora no I Seminário de

consumo. Savoldi (2003, p. 111) explica que em algumas comunidades do interior, “o que era sinônimo de festa tem-se transformado em sinônimo de trabalho, possibilidade de vender o seu produto colonial, já que o pessoal da cidade passou a frequentar essas festas”.

O caso de Urussanga, de certa forma, é análogo ao caso do Vale dos Vinhedos no Rio Grande do Sul. Aos poucos, as comunidades do interior de Bento Gonçalves e Garibaldi, formadas por camponeses descendentes de italianos, estão sendo *convidadas* a receber o turista da melhor maneira possível, mostrando como viviam seus antepassados. Desse modo, as canções entoadas pelos corais familiares deixam de constituir um bem simbólico, revestido de significados constitutivos da identidade particular dessas pessoas, para se tornarem um espetáculo a ser ensaiado e apresentado aos *forasteiros*, com o claro propósito de arrecadar dinheiro. Trata-se, portanto, de uma interferência significativa na cultura popular regional e nas relações simbólicas que preservam o caráter identitário da comunidade.

2. O Romantismo e a apropriação dos bens simbólicos

A proposta de estudar o cancioneiro popular da imigração italiana e o turismo massificado na Serra Gaúcha requer uma reflexão sobre como agentes externos podem interferir na cultura popular e na relação desta com a questão identitária. O primeiro momento da história em que os bens simbólicos do povo foram tomados como objeto de estudo, sofrendo interferências por parte dos intelectuais que promoviam os estudos, ocorreu na primeira metade do século XVIII, em plena vigência do Classicismo na Europa. Na época, houve uma clivagem entre o que seria a cultura dos letrados, da aristocracia e do clero, enfim a cultura de “bom gosto” – a cultura erudita ou alta-cultura – e o que seria o conjunto das práticas culturais advindas das camadas de iletrados, primitivas, “incultas” – a cultura popular ou baixa-cultura.

De acordo com Revel (1989, p. 88), o domínio do popular era “o mundo negativo das práticas ilícitas, da conduta estranha ou errada, da expressividade descontrolada, e da natureza contra a cultura”. As manifestações das camadas populares, por deliberadamente desrespeitarem a norma imposta pelos ideais clássicos e eruditos, nem eram qualificadas como arte ou como bem cultural. Não passavam de resquícios de uma época distante, obscura, irracional, que deveria permanecer no esquecimento ou entre as gentes consideradas de menor valor para a sociedade “iluminada”, ou seja, para os nobres, aristocratas, para clero, enfim, para as classes dominantes

da época. O que era defeito na visão dos clássicos aristocráticos, tornou-se fonte de inspiração e tema de estudos para os jovens intelectuais oriundos, em sua grande maioria, das camadas burguesas que começavam a buscar seu espaço na Europa.

No final do século XVIII, as estruturas sócio-culturais remanescentes da Renascença acabaram se desgastando, desde o despotismo monárquico até o dogmatismo religioso, passando pela obediência servil aos paradigmas herdados da Antiguidade Clássica. Após a Revolução Francesa, a sociedade burguesa passa a jogar de acordo com seus próprios interesses, opondo-se à aristocracia que se mantinha no poder há quase três séculos ditando as regras não só das artes, mas da economia e da política. Países como a Escócia e a Alemanha, faziam parte da periferia da Europa, em cujos centros culturais – como França e Itália – ainda prevaleciam os ideais clássicos. Nesta época, surgiram razões estéticas, políticas e ideológicas que levaram os intelectuais a se voltarem para o “povo”, numa reação contra as regras e os modelos estanques pregados pelo Classicismo. Essa reação foi o germen de um movimento artístico-literário que ultrapassou a fronteira da arte para atingir todo um novo ideário sócio-político na Europa e na América: o Romantismo.

Durante o Romantismo, as diferenças adquiriram visibilidade e passaram a ser valorizadas. Guinsburg (1993, p. 15) observa que o período “aglutina as sociedades em mundos, comunidades, nações, raças, que têm antes cultura do que civilizações, que secretam uma individualidade peculiar, uma identidade, não de cada indivíduo, mas do grupo específico, diferenciado de quaisquer outros”. As canções populares, os provérbios, os contos e as lendas transmitidos oralmente são reconhecidos, então, como os depositários de uma marca identitária do local onde são criados. Essa marca serviria também para o estabelecimento da oposição do ideário estético cultivado pela aristocracia, com suas formas estanques a `artir da imitação de modelos greco-latinos. Os jograis, menestréis e trovadores, que circulavam pelas praças e mercados públicos entretendo a multidão, ou o pai camponês, que ensinava um canto ao filho, definitivamente não pertenciam às elites, logo não representavam os interesses da aristocracia. Por isso, essa cultura “descoberta” pelos jovens intelectuais, em sua maioria pertencentes à camada burguesa, tornou-se a base de fundamentação de um novo ideário estético.

Assim, a cultura popular, tomada como o oposto da cultura erudita representativa do Classicismo, passou a servir não só como fonte para novos padrões artístico-literários, contribuindo para o surgimento de um movimento cultural revolucionário, mas como força de oposição à cultura aristocrática que excluía a burguesia. Os burgueses, ávidos pelo poder, precisavam de um contra-peso na balança política. Aproveitando uma reforma nas artes, por que

não reformar toda a organização da sociedade européia? A partir desse raciocínio, houve então a junção dos ideais de liberdade criadora, subjetividade, sentimentalismo com ideais de nacionalismo, igualdade e justiça social, cuja influência se estende até nossos dias.

Para que servissem a todos esses propósitos da classe burguesa, os bens simbólicos do povo sofreram alterações profundas. Os cantos, por exemplo, tiveram seu uso e sua função modificados para que atendessem aos objetivos da burguesia e se tornassem estandartes da luta para a deposição das classes aristocráticas. Os jovens românticos que os recolhiam junto às camadas populares, acabavam por promover “maquiagens”, ou seja, modificações nas rimas e no vocabulário para melhor atender – e representar - o novo ideário estético proposto pelo Romantismo.

Ao censurar versos, reestilizar poemas, dar novos significados a uma arte carregada de traços identitários que, conseqüentemente, foram apagados, os representantes da alta-cultura impuseram seu saber sobre o saber do “outro” recém-descoberto. Certeau (1994, p. 65) afirma que os primeiros folcloristas acabaram por “camuflar” sua interferência sobre a cultura popular sob uma aclamada e heróica atividade de resgate das manifestações culturais do povo, as quais, supostamente, corriam o risco de desaparecer para sempre. De certo modo, muita coisa se perdeu justamente porque foi recolhida por estudiosos vindos das classes burguesas incapazes de avaliar a real dimensão do universo simbólico de que se revestiam cantos, lendas, poemas, contos de origem popular. De acordo com Certeau (2001, p. 55), os estudos consagrados à literatura oral desde o Romantismo “tornaram-se possíveis pelo gesto que a retira do povo e a reserva aos letrados ou aos amadores”. Essa tem sido nos dias de hoje uma atitude criticada por antropólogos, historiadores e sociólogos, uma vez que descontextualiza a manifestação cultural cristalizando-a. Um bem cultural simbólico não deve ser algo como parte de uma coleção de curiosidades: um canto popular de matriz tradicional, por exemplo, vai além de sua peculiaridade estética para atingir, dentro da comunidade que o preserva, uma ampla esfera de significações sobre a formação desse povo, a afirmação de sua identidade, de suas origens, enfim, de sua história.

Assim como a burguesia, durante o Romantismo, apropriou-se da cultura popular para disseminar ideais nacionalistas em oposição ao clero e à nobreza, o turismo busca lucrar com as manifestações populares tradicionais, transformando-as em atrações turísticas. Nesse processo, as canções são despidas de seus significados, retiradas do seio das comunidades e transformadas em produtos para o consumo. O distanciamento subsequente desses bens em relação à identidade do povo é irreparável, uma vez que ocorre a desfiguração da cultura regional para benefício de uma cultura de massa.

3. O turismo de massa e a resistência do cancionero popular da imigração italiana³

É impossível imaginar a Serra Gaúcha como se caracteriza hoje sem que tivesse sido povoada em parte por imigrantes italianos. Certamente seria um outro espaço, revelaria outros modos de viver e de fazer, haveria outra visão do mundo, outra organização sócio-política e, evidentemente, outra cultura. A história da RCI confunde-se com a própria história da grande diáspora ocorrida no século XIX. A imagem do imigrante italiano contemplando o horizonte da nova terra é um mito forjado em bronze num monumento que simboliza toda a trajetória dos colonos, por vezes romantizada, mas que guarda em seu entorno o gérmen de todo um povo. Eternizar esse passado parecer ser uma tarefa legada para a tradição legítima: há bens culturais simbólicos calcados na memória coletiva de uma perenidade equivalente ao metal do Monumento aos Imigrantes eternamente voltado para o horizonte às margens da BR-116 em Caxias do Sul.

Nas vozes dos camponeses, cada canção emana um significado e naturalmente passa a receber novos entendimentos à medida que se perpetua por meio da tradição. Contudo, esses novos entendimentos não devem ser determinados por alguém “de fora” da comunidade, como ocorre mediante a exploração turística. Novas funções, novos usos e novos significados podem e devem ser atribuídos pelos atores sociais da comunidade que preservam o cancionero popular, tornando-o um bem cultural resistente ao processo de aculturação. Jamais o turismo deve interferir na relação entre um bem simbólico e sua comunidade, pois o risco de que haja uma descaracterização da identidade local é a consequência desse gesto.

Segundo Pozenato (2003, p. 104), o processo da invasão turística na Região Colonial Italiana do Rio Grande do Sul é inevitável e reconhece que “há uma vantagem real, há um benefício real expresso no reconhecimento dessa cultura”. Contudo, observa que existe uma condição para que o turismo não se torne um fator de descaracterização da identidade regional: “é preciso diferenciar o que é vendável e o que não é vendável, o que é adereço e o que é identidade”. Pozenato (2003, p; 103) acredita que existe a possibilidade de que uma cultura determinada tenha, ao mesmo tempo, “o benefício de ser visitada e de ser preservada”. Para tanto, propõe o estabelecimento de “corredores”, que levam o visitante a pontos determinados para que se mostrem “coisas que são simples sinais, que já não integram o processo de vivências culturais”.

³ O conceito de *resistência* utilizado no presente estudo é proposto por Miotti (2000, p. 310): “uma estratégia defensiva que passa pela afirmação e pelo reforço de práticas culturais, sociais, lingüísticas e outras, que uma comunidade mantém a fim de preservar sua identidade”.

Dessa forma, todo patrimônio da cultura simbólica que for mais significativo para a manutenção da identidade local será resguardado pelos atores sociais dessa comunidade a fim de que mantenham a autonomia sobre seus bens.

É natural que a indústria turística busque aproveitar as particularidades locais, como o cancionero popular da imigração italiana, para oferecer aos turistas o diferente, o regional, algo que fuja à cultura globalizada com a qual convivem diariamente. Como sugere Stuart Hall (2001, p. 77), “há justamente com o impacto do ‘ global’ um novo interesse pelo ‘local’”. Essa articulação entre o global e o local, quando promovida pelo turismo, pode ser positiva, como observa Martins (2003, p. 47):

Por mais devassador que o fenômeno do turismo possa parecer no primeiro momento, observa-se que por onde se dá a atividade turística, de uma forma ou de outra, dá-se o despertar de uma consciência de lugar, de ser local e de um sentimento de orgulho, uma visão de povo por conta dos fenômenos sociais que o turismo desperta ou de ganâncias econômicas ou ainda por que o povo percebeu a necessidade de preservar melhor o lugar para si, que, conseqüentemente, gerará mais ganhos para o homem local e para o turista que sai de seu contexto e vem conhecer o outro e provar um pouco do ‘seu jeito’.

A valorização da cultura local parece ser uma conseqüência positiva trazida pela indústria turística. Barretto (2000, p. 31) afirma que “há exemplos de culturas muito enraizadas” que têm se fortalecido com o turismo. Em relação ao cancionero popular da imigração italiana, por exemplo, o turismo oportuniza a apreciação daquele enquanto forma de arte, e não como mero bem de consumo, aproximando anfitriões e visitantes pela universalidade da música. O canto é o momento privilegiado em que a linguagem e a música se fundem. De acordo com Zumthor (1993, p. 139), a poesia presente da oralidade confere aos indivíduos uma extratemporalidade, através da qual “permanecem e se justificam”. Essa necessidade de deixar um legado às gerações futuras não é exclusivo da comunidade que canta, mas é comum a todos os indivíduos e pode estabelecer o vínculo necessário entre o turista e a população anfitriã sem que haja necessariamente interferência na identidade local. Os sentimentos que emanam da performance de um coral popular formado por descendentes de imigrantes italianos ultrapassam as relações de comércio e de *marketing*: tornam-se invendáveis.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICAS

BANDUCCI JR., Álvaro; BARRETO, Margarita (orgs.). *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. Campinas: Papirus, 2001.

BARRETO, Margarita. *Turismo e legado cultural: as possibilidades de planejamento*. Campinas: Papirus, 2000.

CERTEAU, Michel de. *A cultura no plural*. Campinas: Papirus Editora, 2001.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1994.

GUINSBURG, J. *Romantismo, historicismo e história*. IN: GUINSBURG, J. (org.). *O Romantismo*. São Paulo: Perspectiva, 1993.

HOBSBAWN, Eric. *A invenção das tradições*. IN: HOBSBAWN, Eric; RANGER, Terence (orgs.). *A invenção das tradições*. Trad. Celina Cardim Cavalcante. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

MARTINS, Clerton. *Identidade: percepção e contexto*. IN: MARTINS, José Clerton de Oliveira. *Turismo, cultura e identidade*. São Paulo: Roca, 2003.

MERRIAM, Alan P. *Antropologia della musica*. Trad. Elio di Piazza. Palermo: Selerio Editore, 1983.

MIOTTI, Patrick. *Literatura oral e resistência: a música cajuns*. IN: PETERSON, Michel (org.). *As armas do texto – a literatura e a resistência da literatura*. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 2000.

POZENATO, José Clemente. *Processos culturais: reflexões sobre a dinâmica cultural*. Caxias do Sul: EDUCS, 2003.

SILVA, Elsa Peralta da. *Patrimônio e identidade: os desafios do turismo cultural*. IN: <http://www.aguaforte.com/antropologia/Peralta.html>. 05/08/2004.

SAVOLDI, Adiles. *A reconstrução da italianidade no sul do estado de Santa Catarina*. IN: BANDUCCI JR., Álvaro; BARRETO, Margarita (orgs.). *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. Campinas: Papirus, 2001.

ZUMTHOR, Paul. *A letra e a voz – a literatura medieval*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.