

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA**

CECÍLIA PEREIRA NOVAES DE PAULA SANTOS VASQUES E SOUZA

Mercantilização da tradição e a readaptação do festejo carnavalesco em São Paulo

São Paulo

2020

CECÍLIA PEREIRA NOVAES DE PAULA SANTOS VASQUES E SOUZA

Mercantilização da tradição e a readaptação do festejo carnavalesco em São Paulo

Trabalho de Graduação Integrado (TGI) apresentado ao Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, da Universidade de São Paulo, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Geografia.

Área de Concentração: Geografia.

Orientador: Prof.^a Rita de Cássia Ariza da Cruz.

São Paulo

2020

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo

Souza, Cecilia

S719m Mercantilização da tradição e a readaptação do festejo carnavalesco em São Paulo / Cecilia Souza ; orientadora Rita Cruz. - São Paulo, 2020.

63 f.

TGI (Trabalho de Graduação Individual)- Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. Departamento de Geografia. Área de concentração: Geografia Humana.

1. GEOGRAFIA DO TURISMO. 2. CARNAVAL. 3. MERCANTILIZAÇÃO. I. Cruz, Rita, orient. II. Título.

Dedico esse trabalho aos meus pais, meu irmão e especialmente à minha avó, que durante toda sua vida me apoiou e continua apoiando onde estiver. Com amor e gratidão, espero poder sempre retribuir todo carinho e estar sempre próxima a vocês.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente aos meus avós, Cecília e Paulo e aos meus pais, Vinicius e Valéria, que em todas as situações me apoiaram e me proporcionaram chances de enfrentar novos desafios.

Agradeço ao Chico, meu irmão, meu grande parceiro e melhor amigo. É o primeiro a topar e a me acompanhar em todas as aventuras. Agradeço conselhos, divagações e o suporte de sempre!

Agradeço meus amigos do universo acadêmico, que sempre me ajudaram, independente das situações. Agradeço a Isadora, a Rafinha, a Amanda, a Tata a Ya e finalmente ao Thiago, meu melhor amigo, não só na faculdade, mas também na vida.

Agradeço finalmente à professora Rita, pelas orientações de sempre, não só neste trabalho, mas também nas aulas da graduação e grupos de estudo. Agradeço também pela disposição em sempre ajudar, e pela compreensão em um dos momentos mais complicados que enfrentei.

Agradeço à Nanci Frangiotti pela entrevista. Agradeço a todos que contribuíram para o desenvolvimento desse trabalho e para a minha formação acadêmica e pessoal. Agradeço pelas novas visões da vida, agradeço pelas novas experiências. Agradeço todo o crescimento.

RESUMO

O presente trabalho monográfico visa estudar a mercantilização do evento carnavalesco, tendo como objeto de estudo a região sudeste do país, em especial a cidade de São Paulo. Sua elaboração se deu através da leitura e análise de textos, teses e documentos com conteúdo pertinente ao tema, tal qual a consulta a *sites* oficiais e entrevista com pesquisadora e estudiosa do assunto. Neste contexto, é analisada a evolução histórica da festividade, partindo de sua origem na antiguidade clássica e o seu desenvolvimento após a chegada ao Brasil no período colonial, desdobrando-se de diferentes formas nas regiões para as quais foi levada. Adiante, discute-se sua apropriação pela indústria cultural e os efeitos gerados por ela, entre os quais destaca-se a cooptação cultural do evento e seus aspectos socioeconômicos, transpondo também a influência midiática e desterritorialização da folia. Também é explorada a marginalização do evento em seus primeiros anos e o lugar conquistado por ele enquanto elemento de resistência, pontuando as mudanças e os efeitos provocados por elas.

Palavras-Chave: Carnaval. Escolas de Samba. Indústria cultural. Mercantilização da cultura. Desterritorialização.

ABSTRACT

This monographic work aims to study the commercialization of the carnival, having as object of study the southeastern region of the country, especially the city of São Paulo. Its elaboration took place through the reading and analysis of texts, theses and documents that presented relevant content to the theme, such as consulting official websites and interviewing a researcher and scholar on the subject. In this context, the historical evolution of the festival is analyzed, starting from its origin in classical antiquity and its development after its arrival in Brazil during the colonial period, developing itself in different ways in the areas to which it was taken. Ahead of it, its appropriation by the cultural industry and the effects generated by it are discussed, among which the cultural co-option of the event and its socioeconomic aspects stand out, also transposing the media influence and deterritorialization of the party. It also explores the marginalization of the event in its early years and the place it conquered as an element of resistance, punctuating the changes and the effects caused by it.

Key-words: Carnival. Samba schools. Cultural industry. Culture commodification. Desterritorialization.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

GRES - Grêmio Recreativo Escola de Samba.

LIESA - Liga Independente das Escolas de Samba do Rio de Janeiro.

LIGA SP - Liga Independente das Escolas de Samba de São Paulo.

UESP - União das Escolas de Samba Paulistanas.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1.0 ASPECTOS HISTÓRICOS DO CARNAVAL	13
1.1 Notas sobre a história do Carnaval no Brasil	15
1.2 Breve história do Carnaval de São Paulo	20
2.0 SOBRE A MERCANTILIZAÇÃO DA CULTURA	24
2.1 Indústria Cultural: Um conceito e seus significados	25
2.2 Cultura como Resistência.....	28
3.0 MERCANTILIZAÇÃO DO CARNAVAL	31
3.1 Cooptação Cultural e Divisão Socioeconômica.....	35
3.2 A Mídiação do Espetáculo	37
3.3 Desterritorialização da Festividade.....	40
4.0 O CARNAVAL DE SÃO PAULO	43
4.1 Carnaval das Escolas de Samba.....	44
4.2 Carnaval de Rua e Processo de Urbanização	47
4.3 Mercantilização do Carnaval de São Paulo	49
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	52
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	55
ANEXO A	59

INTRODUÇÃO

O Carnaval é uma festa popular historicamente resultante da formação de festejos públicos, frutos da euforia popular e oriundos das camadas mais populares da sociedade. Nos últimos anos, de acordo com Frangiotti (2007) entretanto, a festa tem se transformado, especialmente no que diz respeito ao seu caráter de festividade e exaltação do povo brasileiro. O que antes era tido como uma celebração essencialmente das massas, de acordo com a autora, passa a dar lugar a eventos culturais de entretenimento pago, sobre os quais destacam-se traços não espontâneos da expressão popular, nitidamente cooptados pela indústria cultural.

Estima-se que sua origem date da Grécia Antiga, sendo realizado enquanto festa pagã. No período colonial, a festa atravessa os mares e chega ao Brasil, ainda fortemente marcada por feições europeizadas. Embora suas funções sociais tenham se transformado com o passar do tempo, desde a antiguidade, conforme defende a pesquisadora Nanci Frangiotti (2007), sua importância é enaltecida enquanto forma de entretenimento e caráter de subversão social, surgindo como instrumento da representatividade popular de maneiras distintas e em diferentes locais espalhados pelo globo.

A produção social e cultural do evento cresceu, sendo celebrada de distintas formas em suas diferentes localidades, seja por meio de procissões vinculadas a fé, com festas à fantasia ou bailes de máscaras. Fato é que o Carnaval em si surge enquanto materialização de traços concretos de uma cultura (COX, 1974), que por meio da euforia e criatividade de um povo resulta na criação de elementos que enriquecem e extrapolam a reprodução cotidiana de uma sociedade.

No Brasil, os primórdios da folia são marcados por grandes bailes carnavalescos organizados pelas elites, nos quais as camadas economicamente menos favorecidas da sociedade eram colocadas à margem. De acordo com Frangiotti (2007), as representações populares desses eventos organizados pela aristocracia foram ampliando seu espaço na sociedade.

Como o passar do tempo e com as transformações da sociedade brasileira, o Carnaval passa a se manifestar como uma festividade irrestrita, dando espaço à participação de todos, contanto com fortes laços culturais e

sentimentais com o coletivo e fortemente vinculada ao espaço social. Deste modo, as populações vão estabelecendo relações identitárias com o festejo, que surge como resultante de funções sociais e espaciais, ponderando o espaço geográfico como “base de reprodução da vida” (CARLOS, 1996, p. 20) e dos costumes.

Dentro deste contexto, considerando o Brasil e adotando uma focalização especialmente sobre a cidade de São Paulo, é possível apontar que nos últimos anos o evento carnavalesco tem deixado de se dar como fruto de manifestações e construções propriamente populares. Com a crescente visibilidade do evento no país e levando em consideração seu grande potencial turístico, a indústria cultural passa a se apropriar do festejo de diferentes modos, moldando-o enquanto mercadoria a ser comercializada.

De acordo com Frangiotti (2007), o olhar voltado para os lucros econômicos gerados pelos festejos populares em São Paulo surge nos anos 90, fortemente vinculado às conjunturas políticas da época e à expansão do município enquanto cidade mundial.

Nos últimos cinco anos, de acordo com dados oficiais divulgados pelo *site* São Paulo Turismo¹, é possível observar o contínuo crescimento do interesse por parte da população pelos festejos, tal qual a preferência de uma parcela de indivíduos pela permanência na cidade durante o feriado e o crescente número de turistas que passam a frequentar o carnaval paulistano.

Ainda de acordo com o *site*, até o ano de 2014 os eventos do carnaval paulistano eram principalmente restritos ao sambódromo do Anhembi, sendo pouco disseminados em outros pontos da cidade. Ainda considerando os dados disponibilizados pelo *site* São Paulo turismo, os principais eventos ocorriam em áreas menos favorecidas ou áreas próximas aos barracões, onde ocorriam as concentrações das escolas de samba.

Partindo desta comparação, é possível compreender que este novo potencial atrativo passou a estimular a prefeitura e outros órgãos do município a estabelecerem parcerias e patrocínios com empresas do setor privado nos últimos anos – através dos dados do *site* da prefeitura de São Paulo² é possível compreender as operações realizadas a fim de organizar a cidade, os

¹ Informação disponível no *site* < <http://spturis.com/v7/> > Acesso em 17 de dezembro de 2019.

² Informação disponível no *site* < <http://www.capital.sp.gov.br/> > Acesso em 18 de dezembro de 2019.

espaços e os serviços públicos de modo que ampliem e aperfeiçoem suas capacidades funcionais, objetivando a ampliação da visibilidade do evento e seu potencial comercial e de arrecadação.

No entanto, considerando esta transformação no modo de se *brincar* o carnaval paulistano, seja nas comemorações de rua, nos desfiles das agremiações ou nas demais formas que a festividade adquire, a *glamourização* do evento surge como um marco a ser destacado. Essa relaciona-se diretamente à lógica de mercantilização da cultura, abrangendo aspectos como a midiaticização e desterritorialização da festa, tornando o Carnaval um espetáculo de luxo “com rigorosos critérios de qualidade exigidos por uma mídia que o projeta nacional e internacionalmente” (FRANGIOTTI, 2007, p. 12) e alcançando, assim, o *status* de mercadoria rentável para o Estado.

A comodificação do Carnaval, atrelada diretamente a mercantilização da cultura e ao controle que se tem diante da situação, principalmente ao tratar-se de espaços confinados, transforma também as relações e identidades antes produzidas, como defendem Adorno e Horkheimer (1978).

Do mesmo modo, a monetarização de uma tradição essencialmente popular pode vir a ocasionar a exclusão da camada menos favorecida. Este raciocínio relaciona-se ao proposto pelos filósofos Adorno e Horkheimer (1978), que defendem que os produtos gerados pela indústria cultural passam a não mais representar algum tipo de classe social, tornando-se amplamente dependentes do mercado.

Ainda seguindo o raciocínio de Adorno e Horkheimer (1978), é possível afirmar que a Indústria cultural passa a contribuir para a formação da *Indústria do Carnaval*. Esta, voltada aos interesses econômicos gerados pelo turismo, racionaliza também o espaço antes vinculado aos valores da comunidade, bem como hábitos e relações sociais. Seus produtos deixam de lado as produções espontâneas e artísticas, dando lugar à consciência coletiva nas sociedades massificadas, agradando os indivíduos por meio de uma satisfação compensatória que os impulsiona para o consumo e a alienação.

Um outro ponto a ser ressaltado é a característica do Carnaval enquanto movimento de resistência enfatizando a amplificação de laços e valores nas comunidades e o Carnaval enquanto possibilidade de elo entre interesses comuns, contribuindo para o desenvolvimento de identidades coletivas, nem

sempre subordinadas ao interesse do capital, como ressalta Noemi Osna, no *blog A Nova Democracia*.³

Partindo de tais pressupostos, foi definido inicialmente como problema de pesquisa: como a mercantilização do evento carnavalesco, especialmente no município de São Paulo, contribuiu para a readaptação do festejo ?

Em busca de respostas à pergunta geradora da pesquisa, definimos como objetivo geral do trabalho a relação existente entre mercado e carnaval, compreendendo assim como a coerção mercantil molda o festivo popular e seus traços culturais.

É nesse sentido que buscamos traçar a princípio, um panorama histórico da festa, passando por sua evolução no território brasileiro e, na sequência, focando a cidade de São Paulo, com o objetivo de compreender a lógica de mercantilização e de apropriação cultural da festa carnavalesca. Assim, discorreremos sobre as mudanças impostas ao evento carnavalesco na metrópole e as diferentes formas pelas quais a chamada *indústria do carnaval* se molda. O presente trabalho assume principalmente uma perspectiva sobre o carnaval das escolas de samba, por muito tempo considerado o principal evento turístico da cidade, também analisando brevemente o carnaval de rua.

Justifica-se o tema proposto pela complexidade que envolve o Carnaval enquanto expressão cultural do povo brasileiro ao passo que se torna objeto de cooptação associado a reinvenção e adaptação da tradição.

Para fins metodológicos de desenvolvimento da pesquisa, optou-se pela leitura e análise de teses, textos e documentos que pudessem agregar ao tema proposto. Também foram consultados *sites* oficiais responsáveis pelos eventos em diferentes cidades do Brasil. Além disso, para elucidação do estudo, foi realizada entrevista com a pesquisadora e estudiosa do tema, Nanci Frangiotti.

1.0 ASPECTOS HISTÓRICOS DO CARNAVAL

O Carnaval é uma festa popular tradicional considerada intrínseca a cultura de muitos povos. Embora a sua origem seja incerta, acredita-se que provenha das civilizações antigas ocidentais, de acordo com a historiadora

³Informação disponível no *site* <<https://anovademocracia.com.br/no-13/1010-o-carnaval-como-resistencia-cultural>> Acesso em 27 de fevereiro de 2020.

Juliana Bezerra (2020)⁴. Ainda de acordo com a historiadora, atualmente, a forma de celebrar o folgado varia de acordo com a localidade, porém em todo o globo é possível destacar suas características alegres e brincalhonas.

São muitos os estudos feitos acerca da festa, considerando diferentes recortes e aspectos. Oliveira (2007) define a folia como um espaço mítico contemporâneo, onde se vive, se brinca e se extravasa; mas também anárquico, momentâneo e sedutor, ressaltando sua característica tanto simbólica quanto significativa. Para Azevedo (2010), o Carnaval pode ser classificado como um espetáculo de massas, possuindo potencial turístico, econômico e mercadológico.

As celebrações semelhantes ocorrem multiplamente em diferentes partes do mundo, de acordo com Bezerra (2020), aproximando-se por suas características em comum: festejos próximos ao período quaresmal, contando com algum tipo de comemoração e exaltação popular. A celebração, de acordo com a pesquisadora, normalmente envolve uma festa pública, muitas vezes realizada nas ruas, ou desfiles cuja temática principal acopla a combinação de elementos circenses, fantasias e máscaras. Por parte dos foliões, é comum a utilização de trajes típicos e fantasias, abandonando a individualidade e somando-se a multidão, experimentando na farra o sentido de unidade social.

Adotando um ponto de vista antropológico, o Carnaval também representa subversão, com papéis sociais invertidos. Queiroz (1994) caracteriza o Carnaval como um período em que uma mesma emoção e alegria se apodera dos indivíduos, tornando possível abandonar as diferenças socioeconômicas e étnicas presentes na vida cotidiana. Desta forma, ainda de acordo com o autor, conjuntos de normas sociais estariam sujeito a desobediência, desaparecendo aquilo conhecido como ordem social comum. Nos quatro dias que englobam o espaço-tempo carnavalesco tudo seria permitido, o que a autora define como a implantação de um sentimento de loucura coletiva sobre os membros da sociedade, capaz de subverter a estrutura social em uma atmosfera de descontração e alegria.

⁴ Informação disponível no site <<https://www.todamateria.com.br/historia-e-origem-do-carnaval/>> Acesso em 27 de fevereiro de 2020.

As origens precisas do evento ainda são pouco conhecidas, sendo permeadas por muitos mitos e poucas certezas. De acordo com FRANGIOTTI (2001), os primeiros registros do festejo datam de anos anteriores à existência de Cristo, segundo o calendário cristão. Ainda conforme a estudiosa Nanci Frangiotti (2001), o Carnaval surge a partir da comemoração de festas pagãs realizadas na Grécia Antiga. Neste contexto, o principal propósito da folia era homenagear os deuses, entre os quais destacava-se o Dionísio, deus do vinho, das festas e da fertilidade.

Séculos mais tarde, devido às características subversivas das comemorações, entre as quais destacavam-se a presença de traços de exaltação e euforia e práticas sexuais, e considerando um contexto em que a Igreja Católica detinha grande influência sobre a sociedade, as suntuosas festividades passaram a ser condenadas, conforme afirma BEZERRA (2020). No entanto, a autora expõe também que, ao contrário do que se esperava, tais privações não foram responsáveis pelo fim das festas. Pelo contrário, estimularam as brincadeiras no período que antecedia o jejum da Quaresma

De acordo com a historiadora Juliana Bezerra (2020), é possível também reconhecer a representatividade do Carnaval na Europa Medieval, em especial na cidade de Veneza, na Itália, dando ênfase ao mundialmente famoso Carnaval de máscaras.

A partir de então, a festa foi ganhando cada vez mais espaço, expandindo a tradição para o restante do continente europeu e, posteriormente, sendo disseminada e enraizada nas demais partes do mundo. Na presente pesquisa, destaca-se, ainda, a sua implantação nas colônias latino-americanas, entre as quais o Brasil, país que hoje abriga uma das maiores festanças de Carnaval conhecidas no mundo.

1.1 Notas sobre a história do Carnaval no Brasil

O Carnaval constitui uma parte importante da cultura brasileira, sendo considerado por muitos a maior festa popular do país ou, como outros preferem

referir, “o maior espetáculo na terra”. A relevância do evento é tanta que pelas ruas corre a máxima de que “o ano só começa depois dele”.

A comemoração tem origem no período colonial, chegando ao país no século XVI pelos colonizadores portugueses. De acordo com Moroni (2011), “o carnaval se espalhou por onde houve colonização europeia católica, especialmente naquelas onde havia escravos africanos” (p. 31), explicando a multiplicidade de suas influências, nas quais elementos das festas europeias misturam-se com ritmos e costumes de origem africana.

De acordo com o *site LIGA SP*⁵, a princípio destaca-se a celebração do Entrudo, festa de origem portuguesa que durava três dias e antecedia a Quaresma. Festejada nas ruas, a folia se resumia em correr pela cidade jogando água e limões de cheiro nos passantes, podendo ou não vir acompanhada de música. Conforme dispõe Moroni (2011), o entrudo só veio a desaparecer com o surgimento de novos meios – mais civilizados – de brincar o carnaval, com o surgimento do confete, a serpentina e o lança-perfume.

O confete, juntamente com a serpentina, esta de origem francesa, chegaram ao Brasil em 1892, sendo que a primeira grande batalha de confete no Brasil ocorreu em 1907. Já o lança-perfume, constituído por bisnaga de vidro ou metal que continha éter perfumado, de origem francesa, foi introduzido no carnaval brasileiro em 1903. Em agosto de 1961, através de decreto do então presidente da República, Jânio Quadros, é proibida a fabricação, comércio e uso do lança-perfume no território nacional. (MORONI, 2011, p. 36)

A partir daí a comemoração foi se modificando, assumindo diferentes formas e adaptando-se às diferentes regiões do país as quais foi transportada.

Moroni (2011) atribui à festa três fases: o entrudo, o carnaval burguês e o carnaval-espetáculo. Com o fim do entrudo e o início dos bailes de carnaval mais civilizados, o festejo entraria na segunda fase, a do carnaval burguês, na qual se adaptaria às transformações sociais experimentadas pelas grandes cidades. Nesta fase, no Rio de Janeiro começam a surgir os desfiles de

⁵Informações disponíveis no *site* oficial da LIGA SP <<https://www.ligasp.com.br/>> Acesso em 28 de novembro de 2019.

agregações carnavalescas e os grandes bailes promovidos pela aristocracia carioca. Ainda de acordo com Moroni (2001), a terceira fase, é definida por uma “popularização” da sociedade urbana com o surgimento do carnaval das Escolas de Samba. O espetáculo grandioso requer uma enorme quantidade de dinheiro para sua realização e representa, conforme explorado mais a frente neste trabalho, significativa mudança na forma de se pular carnaval.

Neste contexto, considerando o surgimento e ascensão das agregações, é essencial explorar também a influência do samba no evento carnavalesco.

A origem histórica do samba data do século XIX, tendo seu primeiro registro escrito no jornal satírico *O Capuceiro*, referindo-se à festividade própria dos moradores da zona rural periférica do Recife Antigo (OLIVEIRA, 2007). O ritmo possui perceptível influência africana, sendo derivado dos batuques religiosos, e traz em sua constituição um enorme simbolismo cultural, sendo até hoje considerado representante de um brasileiro próprio. Porém, mesmo industrialmente carnavalizado e, enquanto gênero musical, misturando elementos da cultura europeia a sua essência, o símbolo-samba não deixa de ser provinciano ou se desfazer de sua origem mística, trazendo em si a temática da comunicação com as divindades e forças espirituais (OLIVEIRA, 2007).

Em relação ao ritmo, é importante ressaltar também a sua condição enquanto símbolo de resistência. De acordo com Moroni (2011), no Rio de Janeiro o samba estava ligado diretamente à vida nos morros e suas letras trazem à tona a temática da vida urbana, dos trabalhadores e das dificuldades por eles vivenciadas, muitas vezes contendo traços de humor. Ainda de acordo com o autor, em São Paulo, o ritmo ganha uma conotação de mistura de raças.

Nas escolas de samba, surge sob a forma de samba-enredo, sendo o pilar para a idealização e desenvolvimento do desfile designado pelas agregações. O tema de suas letras, então, se define a partir do tema escolhido para o desfile, geralmente seguindo temas sociais ou culturais e definindo, também, toda a coreografia e cenografia a ser utilizada pela escola (MORONI, 2011).

Devido a sua origem e a notável influência africana em sua manifestação, e por abordar temas e vivências da classe trabalhadora, muitas vezes tendo tom crítico, o samba por muito tempo foi considerado um ritmo marginalizado, sendo perseguido pelas elites e pelas autoridades (FRANGIOTTI, 2007).

De acordo com Queiroz (1994), desde o princípio o Carnaval manteve-se relacionado às aglomerações urbanas; no entanto, sempre manteve o *status* da classe dominante nacional, sem que a instalação da festa significasse qualquer tipo de reviravolta na ordem socioeconômica e política vigentes.

Com o tempo, a celebração se popularizou, ganhando diferentes características em cada região do país para a qual foi levado.

O Carnaval Recife-Olinda, em Pernambuco, é caracterizado como um dos mais diversos do Brasil (BEZERRA, 2020), exibindo sua cultura em uma mistura de ritmos, entre os quais encontram-se o maracatu, frevo, coco, samba, ritmos africanos e a música popular brasileira. De acordo com dados divulgados pelo *site* oficial⁶, a festa também é marcada pelo desfile do maior bloco de carnaval do mundo, de acordo com declaração feita pelo Guinness Book em 1995, o Galo da Madrugada. Ainda de acordo com dados do site, o desfile ocorre no primeiro sábado do Carnaval, conhecido sob a alcunha de sábado de Zé Pereira, passando pelo centro da cidade de Recife e tendo como símbolo um galo gigante posicionado na Ponte Duarte Coelho.

Também de acordo com Juliana Bezerra (2020), o Carnaval de Salvador, por sua vez, é considerado a festa popular de maior destaque na Bahia. Assim como em outras regiões do país, a comemoração carnavalesca teve início no século XX, sendo hoje considerada uma grande manifestação cultural popular, responsável por reunir um público diversificado. De acordo com dados divulgados pelo *site* oficial⁷ da organização, o Carnaval de Salvador começou a ganhar uma forma mais definida partir da década de 50, com o desfile do primeiro trio elétrico. Uma década mais tarde, a tradição foi

⁶ Informações obtidas de acordo com *site* oficial do evento <<http://www.programacaocarnavalrecife.com.br/>> Acesso em 06 de janeiro de 2020.

⁷ Informações obtidas de acordo com *site* oficial do evento <<http://carnavalsalvadorbahia.com.br/o-carnaval-de-salvador>> Acesso em 06 de janeiro de 2020.

concretizada com a organização de concursos de trios pela prefeitura da cidade, gerando uma certa competitividade e conseqüentemente trazendo melhorias.

Atualmente, o Carnaval do Rio de Janeiro é uma festa reconhecida mundialmente. Entre suas diversas manifestações, destacam-se os bailes, blocos de rua, bandas e, especialmente, os desfiles das escolas de samba (OLIVEIRA, 2007). No ano de 2004, o carnaval de rua carioca foi designado pela Guinness World Records como o maior do mundo⁸.

No entanto, ao tratar-se do carnaval contemporâneo, é necessário evidenciar o grande espetáculo que se ostenta nas avenidas. Para Oliveira (2007), o carnaval popular adentrou o século XXI liderado pelo modelo ostentoso das escolas de Samba, materializado no chamado sambódromo. Desde 1984, de acordo com o *site* oficial⁹ da organização, destacam-se nomes como GRES Estação Primeira de Mangueira¹⁰ e GRES Portela.

Conforme explana Oliveira (2007), o modelo de carnaval do Rio de Janeiro rapidamente se tornou referência, expandindo-se nacional e internacionalmente, repercutindo e influenciando diferentes carnavais ao redor do globo. O exemplo patrimonial bem-sucedido se torna um padrão a ser seguido, garantindo bons resultados no campo turístico e cultural.

De acordo com Queiroz (1994), em estudo sobre o carnaval em pequenas cidades interioranas no estado de São Paulo, é possível perceber que conforme os blocos crescem em importância, muitas vezes passam a não mais se denominar sob a alcunha de blocos, cordões ou ranchos, mas a se organizar como escolas de samba, copiando o nome e a maneira de desfilar de reputados modelos cariocas.

⁸ O recorde pode ser consultado no *site* oficial: <<https://www.guinnessworldrecords.com/world-records/largest-carnival/>> Acesso em 05 de janeiro de 2020.

⁹ Informações obtidas de acordo com *site* oficial <<http://guiaculturalcentrodorio.com.br/carnaval-do-rio-de-janeiro/>> Acesso em 09 de janeiro de 2020.

¹⁰ A sigla GRES se refere a “Grêmio Recreativo Escola de Samba”, comumente utilizada para denominar as escolas de samba.

1.2 Breve História do Carnaval de São Paulo

O primeiro cordão carnavalesco da cidade de São Paulo surge em 1914, de acordo com o *site* oficial da *LIGA SP*¹¹. O chamado “Cordão da Barra Funda” foi precedente para tantos outros até 1930, quando as primeiras escolas de samba do estado começaram a aparecer.

São Paulo era uma cidade em desenvolvimento, marcada pelo crescimento industrial e acelerada urbanização. Considerando o contexto político e histórico em que se insere, era significativa a presença dos trabalhadores como pilares para a construção da sociedade da época.

De acordo com Frangiotti (2007):

A mão-de-obra operária habitava próximo às fábricas ou às casas das famílias mais abastadas, que ofereciam trabalho, principalmente porque os seus rendimentos eram muito baixos e pela precariedade do transporte público que nesse período era feito por bondes e cuja ampliação implicava muitos investimentos. Não havia legislação que protegesse o trabalhador da intensa exploração capitalista. (FRANGIOTTI, 2007, p. 66)

À classe trabalhadora se contrapunha a presença de uma aristocracia paulistana formada pelos chamados barões do café, figuras de grande poder e prestígio na comunidade da época. Frangiotti (2007) ainda salienta que, com a crescente presença da burguesia na metrópole, muito da cultura carioca foi importada, especialmente hábitos e vestimentas à moda europeia. Essa importação cultural também se reflete mais tarde na cultura carnavalesca.

O quadro desigual que permeava a sociedade paulistana se contrapunha a necessidade política de fazer com que a cidade se apresentasse de maneira harmoniosa. Conforme dispõe Frangiotti (2007):

¹¹ Informações obtidas de acordo com site oficial : <<https://ligasp.com.br/carnaval-sp>> Acesso em 28 de novembro de 2019.

Com esse quadro social de desigualdades, é importante salientar que nesse período havia uma grande necessidade da elite e do governo em tornar a cidade atraente para o estrangeiro, buscando-se reconhecimento político para o regime republicano e, dessa forma, fortalecer as relações político-econômicas necessárias à reprodução do capital. Para isso, as principais cidades do país, especialmente o Rio de Janeiro e São Paulo, precisavam ter o aspecto limpo, saneado e moderno (FRANGIOTTI, 2007, p. 66).

Assim, a folia também vai se modificando aos interesses da metrópole, seguindo seu ritmo evolutivo e “adquirindo forma e conteúdo fragmentado nos mesmos moldes que a vida e o habitar na cidade” (FRANGIOTTI, 2007, p. 67).

As elites buscavam divertir-se em eventos reservados que adotavam traços dos carnavais europeus ou a partir da promoção do curso, evento onde carruagens ou automóveis adornados realizavam desfiles pelas grandes avenidas da cidade. Por outro lado, a população mais pobre, predominantemente composta por negros e mulatos, pulava o carnaval nas ruas, nos cordões carnavalescos, que por sua vez se assemelhavam aos ranchos, embriões do que viriam a ser as escolas de samba (FRANGIOTTI, 2007).

Na década de 30, motivado pela fatídica crise de 1929¹², o curso na Avenida Paulista foi se extinguindo e o foco do carnaval passa a se deslocar para a região central da cidade, aderindo à folia de confetes e lança-perfume nas praças da República e Patriarca, e os desfiles de cordões nos bairros (FRANGIOTTI, 2007).

Em 1933, conforme Nanci, surge o bloco das “bailanas paulistas”¹³ ou “bailanas teimosas”, que desfilava com o ritmo do samba. Mais tarde, com a evolução das escolas de samba, este bloco se transformaria na tradicional e indispensável ala das bailanas, hoje considerada uma das regras de formação das escolas de samba (FRANGIOTTI, 2007).

¹² Crise marcada pela quebra da bolsa de Nova York e seguida por uma grande depressão econômica de nível mundial.

¹³ Também chamadas “bailanas teimosas”

De acordo com Frangiotti (2007) em estudo, uma das primeiras agremiações carnavalescas foi a *Lavapés*, fundada em 1937 por Chico Pinga e Madrinha Eunice, uma das “baianas teimosas”. A partir daí, várias mudanças passaram a ser percebidas nas apresentações, inclusive contando com a substituição das *marchas*¹⁴ pelo samba-enredo.

A partir dos anos 40, a cidade passa por um momento de grande expansão. E o Carnaval, como elemento já consolidado na cultura da cidade, seguiu o exemplo. Conforme cita Frangiotti (2007): “A expansão da festa carnavalesca acompanhou a expansão industrial e demográfica da cidade. Os bairros de que se tem registro dos desfiles são aqueles em que a indústria foi se instalando juntamente com a expansão da estrutura urbana” (p.74)

Posteriormente, a folia também adquire respaldo legal.

Em dezembro de 1967, o então prefeito de São Paulo, Faria Lima promulga a lei 7.100¹⁵, que dispõe sobre as festas populares e festejos carnavalescos. Sob a sua gestão, as agremiações paulistanas começaram a se regularizar em torno de uma entidade jurídica, surgindo a Federação Das Escolas De Samba e Cordões Carnavalescos, que possibilitou o recebimento de subvenção dos órgãos oficiais a partir de 1968 (FRANGIOTTI, 2007). Dentro deste contexto, considerando o interesse subsequente das agremiações em receber auxílio financeiro por parte dos órgãos oficiais, o concurso torna-se regulamentado, distanciando-se de sua espontaneidade e se encaminhando cada vez mais para a construção de um espetáculo regrado e subordinado aos interesses do capital. Em janeiro de 1968, o decreto nº. 7.348/68 institui a Comissão Organizadora do Carnaval, vinculada à Secretaria de Turismo e Fomento, subordinada diretamente ao Prefeito. O decreto regulamentaria o órgão coordenador dos festejos segundo instruções da lei 7.100/67, direcionando o uso da verba por ela prevista.

Oliveira (2007) pontua que do ano de 1968, quando o governo municipal oficializa os desfiles sob o seu patrocínio, até a regulamentação definitiva da festa carnavalesca em 1990, a cidade de São Paulo vivenciou todos os

¹⁴ As marchas eram comuns no carnaval entre as décadas de 20 a 50.

¹⁵ As leis municipais citadas nesse trabalho podem ser conferidas no site oficial: <<https://leismunicipais.com.br/>> Acesso em 04 de janeiro de 2020.

procedimentos necessários para identificar sua folia como um quase exclusivo festival de samba por meio de suas escolas e blocos. A partir dos anos de 1967/68, as escolas de samba dinamizaram uma trajetória de crescimento tão vertiginoso que em vinte anos foram capazes de conquistar um espaço definitivo para seus desfiles, o *Sambódromo do Anhembi* (OLIVEIRA, 2007).

Alguns anos mais tarde, em 1973, a Federação Das Escolas De Samba e Cordões Carnavalescos é substituída por 3 entidades representativas: União das Escolas de Samba Paulistanas (UESP), Associação das Escolas de Samba de São Paulo e Coligação Regional das Escolas de Samba do Município de São Paulo. No entanto, apenas dois anos depois, em 1975, as três entidades foram fundidas em uma só, a UESP (FRANGIOTTI, 2007).

Em 1986, houve uma separação na entidade (UESP), surgindo a Liga Independente das Escolas de Samba, que congrega as maiores agremiações (Grupo Especial e Grupo de Acesso). De acordo com Frangiotti (2007), essa divisão ocorreu motivada principalmente por interesses econômicos, considerando o interesse da mídia em transmitir os desfiles das escolas de samba paulistanas.

Com o aumento do público, em 1990 foi homologado pela prefeitura da cidade a construção do Polo Cultural e Esportivo Grande Otelo, ou Sambódromo do Anhembi, com capacidade para trinta e três mil pessoas, projeto foi assinado pelo renomado arquiteto Oscar Niemeyer (FRANGIOTTI 2007).

Considerando o contexto histórico da época, sobressai a tentativa de inserir São Paulo como cidade mundial. Conforme Frangiotti (2007):

É importante lembrar que nesse período, década de 90, houve um grande empenho na inserção de São Paulo como cidade mundial e a possibilidade de realizar grandes eventos fez parte desta estratégia: a construção do Sambódromo; reforma do Autódromo de Interlagos possibilitando a captação da etapa Brasil de Fórmula 1; a requalificação da região central, incluindo o Teatro Municipal e a construção da Sala São Paulo na Estação Ferroviária Júlio Prestes. Essas ações, entre outras, reforçaram a construção da imagem

positiva e preparada para estar inserida no âmbito mundial.
(FRANGIOTTI, ANO, p. 80)

A construção do Sambódromo do Anhembi certamente representou uma mudança na maneira de se fazer carnaval em São Paulo. De acordo com Oliveira (2007), construir um espaço fixo para os desfiles representou a metropolização de uma cultura provinciana. O que antes era um espetáculo regional envolvendo minorias e comunidades com baixo poder aquisitivo, se transformou em um grande evento, capaz de organizar lideranças e conduzir o poder público a construção de uma passarela de desfiles. Para o autor, ainda, o sambódromo é tido como o palco definitivo dos desfiles, mas encontra-se totalmente desenraizado das manifestações carnavalescas e da sociabilidade ritual. Trata-se simplesmente de um palco, um espaço de encenação, não relacionando-se com a histórica memória coletiva das festividades, apenas aquela que se fundamenta nos registros oficiais da modernidade.

2.0 SOBRE A MERCANTILIZAÇÃO DA CULTURA

A definição de cultura pode ser utilizada em múltiplos contextos, possuindo diferentes acepções. Para Santos (1983), *cultura* se relaciona ao que identifica uma determinada população humana e “diz respeito a tudo aquilo que caracteriza a existência social de um povo ou nação ou então de grupos no interior de uma sociedade”, relacionando-se também às maneiras de conceber e organizar a vida social e seus aspectos materiais. Neste contexto, cada realidade cultural tem uma lógica interna e comporta-se de forma dinâmica, sendo, portanto, capaz de modificar-se e adaptar-se a diferentes tipos de manifestação de interesses.

De acordo com Valverde (2015), qualquer atividade produtiva se constrói através de um referenciamento cultural que o qualifica, sendo considerada a ideia de cultura como algo particularmente forte em relação a outros domínios da vida social.

O conceito de mercantilização da cultura está relacionado à concepção de indústria cultural explorado adiante por Adorno e Horkheimer (1978),

considerando um viés político-econômico, tal qual a força da expressão simbólica e sua apropriação por uma indústria com fins lucrativos atuante na transformação da cultura em mercadoria a ser consumida.

2.1 Indústria Cultural: Um conceito e seus significados

Ao falar sobre mercantilização da cultura parte-se do conceito de indústria cultural conforme defendido pelos filósofos Adorno e Horkheimer (1978).

O termo, que surge na Escola de Frankfurt, movimento contribuinte para o renovação cultural após a Primeira Guerra Mundial, se refere a um sistema político e econômico cuja finalidade é reproduzir bens culturais tendo em vista o consumo. Desta forma, a chamada indústria cultural seria responsável por transformar os indivíduos em consumidores de *mercadorias culturais*, conseqüentemente propiciando uma retirada de autenticidade e seriedade da cultura (ADORNO; HORKHEIMER, 1978).

Para Valverde (2015), o conceito de mercantilização relaciona-se à uma lógica neoliberal, transformando em negócios e lucros o que antes era tido como direito fundamental do cidadão.

Adorno e Horkheimer (1978) também defendiam que a indústria cultural se revelava inerente ao liberalismo. Partindo de um ponto de vista histórico, seu surgimento se dá em países industrializados de viés mais liberal, desenvolvendo-se progressivamente a partir de leis gerais que regem o capital e integrando-se a dependência econômica europeia observada no período entreguerras¹⁶, principalmente no que diz respeito a demanda por produtos provenientes da indústria americana.

Dentro desta lógica, argumenta-se que a indústria se adapta aos desejos evocados por ela (ADORNO; HORKHEIMER, 1978), sendo responsável pela definição de um padrão a ser aplicado aos bens culturais, regido por uma lógica de mercado. Desta forma, a apropriação cultural pela indústria faz com que o sistema se torne cada vez mais impenetrável, buscando a integração do

¹⁶ Período entre o fim da Primeira Guerra Mundial, em 1918, e o início da Segunda Guerra Mundial, em 1939.

maior número de indivíduos possível e pondo à margem aqueles que apresentam algum tipo de resistência.

Para Valverde (2015), a cultura passa, por vezes, neste contexto, a não mais representar uma vivência cotidiana e popular, e sim algo criado, valorizado e massificado para tornar-se apta a todo e qualquer indivíduo. As ideias implantadas são selecionadas de forma a facilitar a dominação, extinguir o senso crítico e contribuir para a expansão do consumo. Desta forma, a cultura não é tida mais como um produto social autêntico, fruto de uma coletividade populacional, tampouco uma expressão individual, mas um produto industrializado, dominado por poucos e disseminado a muitos.

Ainda de acordo com Valverde (op cit), os símbolos e representações são escolhidos pelos grandes agentes, sendo responsáveis por estabelecer as condições para o controle e a diminuição de diversidade em um contexto global. Dentro desta lógica, os espaços passam a ser considerados menos “contaminados” pelo tradicional e local, sintetizando as principais características dos efeitos da cultura sobre o espaço.

Em uma forma de alienação, aqueles que produzem a cultura são separados daqueles que a consomem, desconstruindo conceitos de autoconsciência e livre-arbítrio atribuídos ao indivíduo moderno. A variabilidade de interpretações acerca do mundo é substituída pelo conformismo e consumismo que impedem o pensamento crítico e a verdadeira democracia, trocando a habilidade crítica por um sentimento de satisfação trazido pelas representações culturais (VALVERDE, 2015).

Os consumidores são atingidos no nível do subconsciente, fazendo com que creiam que *precisam* consumir, seja um objeto de consumo ou um objeto midiático. Neste nível, aqueles que detem o poder se usam de uma forma de manipulação, fazendo crer que todo aquele que não se adapta ao que é imposto e vigente dentro dos padrões estabelecidos culturalmente é um intruso. Conforme Adorno e Horkheimer (1978):

Sob o monopólio privado da cultura sucede de fato que "a tirania deixa livre o corpo e investe diretamente sobre a alma". Aí, o patrão não diz mais: ou pensas como eu ou morres. Mas diz: és livre

para não pensares como eu, a tua vida, os teus bens, tudo te será deixado, mas, a partir deste instante, és um intruso entre nós.” Quem não se adapta é massacrado pela impotência econômica que se prolonga na impotência espiritual do isolado. Excluído da indústria, é fácil convencê-lo de sua insuficiência. (ADORNO; HORKHEIMER, 1978, p. 16)

Desta forma, a tendência é que o indivíduo busque adaptar-se ao que é socialmente imposto. Ainda sob o ponto de vista de Adorno e Horkheimer (1978): 47, “Não só o espírito se ajusta à sua venalidade mercadológica, reproduzindo com isso as categorias sociais predominantes, como se assemelha, objetivamente, ao *status quo*, mesmo quando, subjetivamente, não se transforma em mercadoria.”

Partindo desta lógica, compreende-se que a padronização da cultura poda a autenticidade da produção cultural, a partir da manipulação subconsciente e desvalorização de tudo aquilo que se torna irrelevante para os padrões mercadológicos (VALVERDE 2015). Desta forma, a cultura tradicional passa a ser substituída por uma nova, produzida a partir de interesses do Estado e do poder privado, detentor do capital. De acordo com Valverde (2015): “Se os princípios culturais não mais respondiam tão prontamente aos valores religiosos ou as práticas tradicionais, caberiam ao Estado e a iniciativa privada ocupar de forma ativa esse vácuo de poder” (p. 395)

A apropriação da cultura está vinculada a interesses políticos e econômicos relacionados ao Estado, que se apropria da mesma com o intuito de promover o desenvolvimento de determinadas regiões. Ao transformar-se em um modelo padronizado e vendável, as práticas culturais não mais representam uma identidade local, visando a mobilização de recursos, conforme explana o autor.

Considerando um contexto de mundo globalizado, Valverde (2015) defende que a competitividade do mercado internacional seria capaz de estimular uma variedade de formas, permitindo o desenvolvimento de diferentes indústrias culturais e legitimando vias para um desenvolvimento socioeconômico alternativo. Para o autor, ainda, a cultura torna-se objetificada,

sendo uma forma de viabilizar projetos econômicos e políticos e representando, a partir do controle deste consumo, o esvaziamento da representação artística e popular de seus sentidos originais.

Ao transformar a cultura em objeto de consumo cujo principal propósito se torna a captação de lucros, a indústria proporciona um esvaziamento de seu sentido autêntico e original. Cooptada pelo Estado, a cultura igualmente passa a possuir *status* de mercadoria. Desta forma, não mais representa uma manifestação popular genuína em seu sentido integral, mas uma minoria cujos interesses configuram-se antes no campo econômico do que cultural.

2.2 Cultura como Resistência

Ao considerar uma sociedade baseada no consumo, na qual a presença de uma indústria que se apropria das manifestações culturais e as subtrai dos indivíduos, tendo em vista a produção de bens culturais, surge também a necessidade de explorar a história de resistência que a envolve.

No que tange à indústria cultural e à padronização da cultura de uma maneira geral, Valverde (2015) defende que é preciso questionar o controle imposto sobre as ideias, tal qual a ação do poder econômico sobre as culturas, a alienação, os efeitos da padronização e da tecnologia em geral, assim como defender o desenvolvimento do individualismo.

Para Adorno e Horkheimer (1978), o sentido próprio da cultura está na interrupção da objetivação.

Tão logo a cultura se congela em "bens culturais" e na sua repugnante racionalização filosófica, os chamados "valores culturais", peca contra a sua *raison d'être*. Na destilação desses "valores" — termo no qual ecoa, não por acaso, a linguagem da troca de mercadorias — a cultura se entrega às determinações do mercado. Mesmo no entusiasmo por grandes civilizações exóticas pulsa a excitação com uma peça rara, na qual pode-se investir algum dinheiro. (ADORNO; HORKHEIMER, p.48)

Para os autores, a cultura só é verdadeira quando crítica, considerando que, por força dinâmica da sociedade, a cultura viria a tornar-se crítica cultural. Da mesma forma, descrevem que a crítica é um elemento inalienável da cultura, assumindo papel essencial como elemento de resistência e se impondo contra a integração de toda a consciência na produção material. À crítica cultural seria atribuído o papel de se impor contra a superficialidade e a perda de substância que decorrem da apropriação cultural, mantendo o conceito de cultura e demolindo as manifestações contemporâneas como mercadorias e meios de *emburrecimento*. Portanto, a função da crítica cultural seria a de atrelar a ideologia sua própria verdade, a resistência contra a ideologia.

No que diz respeito ao Carnaval, é importante ressaltar também a sua característica enquanto movimento de resistência.

No pano de fundo da história carnavalesca há um histórico de enfrentamentos, brigas verbais e agressões físicas (OLIVEIRA, 2007), fomentado pelo preconceito social enraizado na sociedade, que abrangia tanto aspectos culturais quanto econômicos. Por muito tempo o samba foi visto como uma cultura marginal e abominado pelas elites, culminando em perseguição e diversas tentativas de pôr fim à folia, conforme antes exposto.

Apesar disso, o movimento nem sempre esteve subordinado ao interesse do capital, contando com o elo das comunidades carnavalescas, desenvolvendo identidades coletivas e amplificando laços e valores entre os membros dessas. Da mesma forma, Azevedo (2010) cita que ainda é possível discutir questões como identidade, resistência, trabalho e lazer dentro das relações de solidariedade existentes entre os membros que desempenham funções essenciais na produção carnavalesca.

Fernandes (2001), destaca a censura e a perseguição sofridas pelas festas populares em meados do século XIX. Conforme cita:

A primeira proibição do entrudo no século acontece em 1818, mas, como todas as outras medidas idênticas tomadas ao longo daquele período, fracassou, fazendo com que tal folguedo só saísse de fato da cena carioca após as reformas urbanas de Pereira Passos, na

primeira década do século XX. O próprio samba e os rituais afro-brasileiros têm suas páginas de perseguição policial. E como testemunhou Ismael Silva, um dos criadores da primeira escola de samba, a Deixa Falar: “nós fizemos a escola de samba para não tomar porrada da polícia” (cf. Soares: 1985) (FERNANDES, 2001, p. 24).

O samba é tido como um símbolo cultural. A partir desta definição, de acordo com Oliveira (2007), também privilegia sua dimensão festiva, sem resolver as tensões geográficas ou renunciar aos elementos culturais que alimentam sua simbologia. A partir destes atributos, ao contrário, é que garante no Carnaval sua permanência quase secular.

Desta forma, é possível afirmar a fundamentação do samba como movimento de resistência, considerando que os sambistas agiram conscientemente ao fazer aderir o ritual de seus cortejos carnavalescos ao imaginário da identidade nacional brasileira, ganhando legitimidade política e cultural para suas práticas festivas (FERNANDES, 2001).

No que tange às escolas de samba, o autor ainda defende que elas foram capazes de criar uma expressão festiva potente, capaz de conquistar o direito a cidade a partir da sua festividade:

Nos subúrbios e favelas do Rio de Janeiro, as escolas de samba evidenciam as possibilidades de tal interpretação sobre os homens e o meio ambiente, já que através delas estas comunidades segregadas se aglutinaram, ganharam suas próprias vozes e criaram uma expressão festiva de tal potência que, ao menos no campo simbólico, o que nunca é pouco, conquistaram o direito à cidade, num processo em que o samba acabará por se confundido com uma das representações mais clássicas desta cidade e da nação. (FERNANDES, 2001, p. 17)

Enfim, Fernandes (2001) define o Carnaval como uma festa não-violenta, argumentando que a alma popular foi capaz de dissolver a violência europeia. Conforme cita:

Principal festa no Rio do século XIX, foi o Carnaval um burburinho inorgânico em que o entrudo e o zé pereira, de origem portuguesa, conviviam com o cucumbi. Houve genialidade no negro brasileiro em transportar o processional e a representação, como fórmula embrionária de organização e cooperação para a festa carnavalesca. No cucumbi, nada havia de transgressor. Aliás, a festa popular brasileira é despojada de elementos de violência. Por exemplo, o entrudo e o zé-pereira foram substituídos. Os invólucros com água e líquidos pouco inocentes deram lugar aos inócuos confetes, serpentinas e jatos de lança-perfume. A zoeira ensurdecadora do zé-pereira foi sucedida pela disciplina da bateria sincopada da escola regida pelo mestre. A violência europeia foi dissolvida pela alma popular carioca. (FERNANDES, 2001, p. 10)

Em meio a tantas mudanças na forma de se fazer carnaval e considerando principalmente a comercialização da folia dentro do que podemos definir como uma indústria do carnaval, o resgate da atmosfera autêntica da folia se dá na intimidade da produção cultural, por meio da união e dos enlaces da comunidade que permanece unida.

. Para Oliveira (2007), a adesão dos sambistas ao novo modelo de carnaval se atribuí ao reconhecimento público de uma cultura marginalizada. O sambista agora estava satisfeito em ver sua obra dignificada como arte popular.

3.0 MERCANTILIZAÇÃO DO CARNAVAL

Conforme visto, o carnaval é compreendido como um dos principais elementos da cultura brasileira. No entanto, com o decorrer dos anos, sobretudo nas grandes metrópoles, os traços populares deixam de constituir

algo essencial para a festa, sendo muitas vezes adaptados a um modelo padrão que se molda de acordo com interesses políticos e econômicos (OLIVEIRA, 2007).

Considerando tratar-se de uma das maiores festas celebradas no país, as comemorações que decorrem durante o período contam com ampla visibilidade e grande potencial turístico. Estes aspectos despertam o interesse da *indústria cultural*, que atua de diferentes formas sobre o evento, transformando-o em mercadoria a ser comercializada no espaço-tempo carnavalesco. Conforme visto anteriormente, de acordo com Adorno e Horkheimer(1978), a indústria cultural é responsável por transformar os indivíduos em consumidores de mercadorias culturais, retirando aspectos de autenticidade da cultura. Para Valverde (2015), neste contexto a cultura passa a não mais representar uma vivência cotidiana e popular, e sim algo criado, valorizado e massificado para tornar-se apta a todo e qualquer indivíduo.

Como objeto de estudo da geografia, a indústria cultural se pauta principalmente em aspectos espaciais e econômicos (OLIVEIRA, 2007). Tratando-se do evento carnavalesco, se aproxima principalmente dos interesses econômicos gerados pelo turismo, racionalizando o espaço, os hábitos e as relações sociais e contribuindo para a formação de uma *Indústria do Carnaval*.

Diante disso, é importante apontar ainda, conforme coloca Valverde (2015), que a cooptação a partir da indústria cultural aponta para um esvaziamento do sentido da vida social, substituindo os valores tradicionais, visando os interesses do Estado e de órgãos do poder privado. Correlativamente, este conceito relaciona-se à comercialização da cultura do Carnaval, considerando a mudança que se dá em seu estatuto espontâneo e orgânico ao adaptar-se a um novo modelo, subordinado aos interesses do capital, contando com o apoio financeiro do Estado e de políticas públicas estabelecidas visando um retorno principalmente na área do turismo.

O samba, cujas origens remontam o século XIX, também é visto como parte integrante da indústria carnavalesca. Para Oliveira (2007), a impureza da constituição moderna do samba é elemento indispensável às instituições

responsáveis pelo seu desenvolvimento. Nesse sentido, as Escolas de Samba são definidas por um movimento “migrante” para serem identificadas como agremiações carnavalescas.

Sobre a mercantilização do samba, Oliveira (2007) cita:

Ao lado da continua diáspora, das impurezas e da hibridação, este pensar a dialética da cultura facilita a compreensão de uma totalidade simbólica, contextualizada por sujeitos históricos definidos. Há o samba (...) e há um contexto de desfile carnavalesco, na metrópole paulistana... São produções descontinuas. Há, portanto, algo que reivindica territorialidade, em certo momento histórico, para fazer desse complexo cultural chamado de samba um sistema visível e mercantil, turisticamente reconhecido como patrimônio imaterial materializável (OLIVEIRA, 2007, p. 40)

Azevedo (2010) coloca que é preciso considerar a relação do Carnaval enquanto iniciativa popular com o poder público oficial que o promove e o financia. A organização do Carnaval passou a ser sistematicamente uma ação conjunta entre iniciativa pública e agremiações carnavalescas. Deste modo, é possível observar movimentos que apontam como essas relações foram articuladas e o seu impacto na maneira como o carnaval das escolas de samba foi se moldando e sendo interpretado.

Oliveira (2007) cita os avanços políticos responsáveis por fazer crescer o reconhecimento das Escolas de Samba como porta-vozes institucionais da cultura. Ligada às transformações metropolitanas que aceleraram a visibilidade dos desfiles, a indústria carnavalesca tornou-se um negócio promissor aos olhos dos investidores culturais, ressaltando o investimento turístico.

As lideranças das escolas de samba paulistanas, divididas em Liga Independente das Escolas de Samba de São Paulo (LIGA-SP) e União das Escolas de Samba Paulistanas (UESP), acordaram com o Poder Público Municipal uma delimitação de papéis e responsabilidades na gestão do Polo Cultural Grande Otelo (OLIVEIRA, 2007). Ainda seguindo o raciocínio do autor, este acordo por um lado poderia ser responsável pela expansão da visualidade

cultural do samba paulistano, especialmente nos meios de comunicação, abrindo espaço para novos investimentos nos campos do turismo, lazer e entretenimento. Por outro lado, as escolas passam a ter seus objetivos confrontados com os do capital, tornando-se subordinadas a interesses, decisões e verbas públicas.

Azevedo (2010) aponta a participação da prefeitura na organização dos desfiles carnavalescos como elemento substancial para uma mudança na forma de se fazer carnaval, considerando que a partir da atuação desta as agremiações passaram a sofrer normatizações e enquadramentos em modelos pré-estabelecidos, responsáveis por unificar as formas de apresentação, de avaliação e de desempenho, determinando também espaços para estas manifestações. Desta forma, é possível perceber a imposição de um modelo espetacular e empresarial que determina a forma de organização das agremiações.

As escolas de samba, que surgem do “caldeirão carnavalesco” do Rio de Janeiro como uma representação festiva autoproduzida e consumida, são apropriadas pela indústria cultural de massas, objeto de comercialização sofisticada (FERNANDES, 2001). Conforme o autor:

Nesta trajetória de mercantilização, a partir do espetáculo da escola de samba, será multiplicada a geração de renda e de emprego, dando o suporte a complexas cadeias de atividades. No seu entorno, gravita uma constelação de profissionais, dirigentes, intermediários e artistas hierarquizados por prestígio e renda. (FERNANDES, 2001, p. 11)

De acordo com Fernandes (2001), esta apropriação ainda diminui o protagonismo do povo na festa carnavalesca, tornando o espetáculo popular uma festa enclausurada:

A evolução da escola para o grande espetáculo, com sua inserção progressiva no circuito comercial da indústria cultural de massas,

retirou o povo como protagonista e o manteve espectador residual – a não ser pela tela da televisão. O preço da fantasia e do ingresso no Sambódromo fazem do desfile da escola, cada vez mais, um espetáculo restrito que, pelo dinheiro, permite ao participante a ilusão de ser sambista e premia com o conforto aquele que ingressa na arquibancada. (FERNANDES, 2001, p. 13)

Assim, conforme antes exposto, a partir da cooptação pela indústria cultural, não apenas o Carnaval é remodelado em sua essência, mas também manifesta um distanciamento de suas origens. Se por um lado a promoção como evento turístico oficial representa um avanço para as agremiações, proporcionando maior visibilidade e lucro para o evento, por outro tal subordinação aos interesses financeiros gerados pelo capital configura um controle e limitação dos limiares da criatividade.

3.1 Cooptação Cultural e Divisão Socioeconômica

A comoditização do carnaval, atrelada a mercantilização cultural, transforma também as relações e identidades produzidas. Conforme cita Valverde (2015):

Se houve um momento na história em que a cultura tivesse representado uma vivência cotidiana e popular, esse momento teria sido substituído por outro, no qual se parte do pressuposto de que a cultura foi criada em escritórios, valorizada pelo trabalho técnico e massificada para se tornar apta a todo e qualquer indivíduo com o mínimo de esforço intelectual. (VALVERDE, 2015, p. 396)

Para o autor, produzir bens culturais e referenciar a produção se mostram processos conectados, nos quais os espaços são pensados e utilizados além dos limites do pensamento geográfico mais frequente. No que tange ao Carnaval, há um claro enfraquecimento da cultura popular, atrelado

ao controle da maneira como passa a se manifestar, decorrente de representações anteriormente consideradas marginalizadas.

Para os filósofos Adorno e Horkheimer (1978), os produtos da indústria cultural não mais representariam algum tipo de classe social, tornando-se dependentes da demanda do mercado. Neste contexto, é possível considerar que a monetarização do evento carnavalesco implica em certas formas de exclusão das camadas mais populares.

No caso das Escolas de Samba, Frangiotti (2007) chama a atenção para a presença da comunidade em todas as etapas da construção do desfile, destacando a importância dos membros, cuja ligação com as agremiações é muito forte, para a idealização e desenvolvimento do espetáculo. Para Oliveira (2007), estes membros são tidos como essenciais para o funcionamento do espetáculo, mas são por vezes, invisíveis. Seu trabalho, no entanto, está mais presente na concepção geral do espetáculo do que a da plateia que, de seus lugares na arquibancada, consome o *show*.

De acordo com Fernandes (2001), a modernização foi responsável por enriquecer tremendamente o Carnaval, inclusive pela participação decidida das elites; mas foi sobretudo pela capacidade das classes populares de renovar sua participação nas festas, que o Rio de Janeiro se tornou palco de uma das maiores celebrações do século XX. O mesmo pode ser dito sobre as outras cidades que seguem o modelo carioca, destacando a participação dos membros das comunidades na produção e confecção do espetáculo.

No Sambódromo e no carnaval de rua, no entanto, aos membros da comunidade não é sempre dada a mesma oportunidade de apreciação dos resultados. Queiroz (1994) aponta, em estudo sobre a festa em cidades interioranas, uma nítida distinção entre formas de participação no carnaval:

É comum pensar (...) que estas divisões desaparecem totalmente no chamado Carnaval de rua, em que, como se supõe, a multidão desconheceria todas as separações socioeconômicas, étnicas, de idade, de sexo (...) No entanto, há uma nítida divisão espacial: aos foliões (isto é, os componentes dos cortejos) está reservado o leito

das ruas, enquanto aos espectadores cabem as calçadas. Nota-se aqui uma primeira divisão muito nítida entre os participantes da festa: atores e espectadores. (QUEIROZ, 1994, p. 29)

Para a autora, ainda, o tamanho da cidade ou da zona, tal qual seu patrimônio, seria responsável por uma população mais diferenciada quanto às posições sociais e às atividades econômicas, refletindo-se diretamente no carnaval de rua. Além daqueles que saem de suas casas para brincar a festa, há ainda uma parcela da população que tem nela uma oportunidade de serviço. Entre eles, vendedores ambulantes ou servidores responsáveis pela segurança:

Atores, espectadores, servidores, são as diferenciações de base do Reinado de Momo, onde há sempre os que agem, os que contemplam e os que servem. O espaço carnavalesco não se divide apenas entre os que olham e os que dançam; uma terceira divisão, menos clara porém existente, separa estas duas categorias da categoria dos que trabalham. (QUEIROZ, 1994, p. 31)

A divisão entre grupos de diferentes realidades socioeconômicas não é novidade, suas origens são históricas e datam dos primórdios dos festejos. Com a mercantilização do evento, no entanto, parecem acentuar-se ainda mais.

3.2 A Miatização do Espetáculo

A estudiosa Nanci Frangiotti, em entrevista¹⁷ concedida à autora, destaca dois aspectos que contribuiriam para a mercantilização da cultura carnavalesca, considerando especialmente os desfiles de escolas de samba. São eles: “o uso da imagem pela transmissão da televisão e consequentemente a compra dos direitos de imagem e a venda de enredo para merchandising de empresas ou como promoção.”

¹⁷ A entrevista com a pesquisadora Nanci Frangiotti, concedida em 05/08/2019, pode ser consultada no Anexo A ao final desse trabalho.

Os tópicos destacados se relacionam sobretudo à exibição midiática dos desfiles. Neste enquadramento, é preciso considerar as diferentes perspectivas que permeiam a discussão. No que diz respeito às agremiações competidoras, a autora destaca principalmente a necessidade de arrecadação de dinheiro para a realização e manutenção do espetáculo. Conforme cita:

Pelo lado da Escola de Samba, é preciso arrecadar muito dinheiro para colocar a agremiação na avenida com harmonia e beleza. Ninguém iria até o Sambódromo ou ficar frente a uma TV para ver um desfile visualmente desvalido, sem efeitos especiais etc. Numa comparação, guardada todas as diferenças, é como um espetáculo musical. As pessoas vão ao teatro para ver efeitos, um excelente corpo de bailarinos e cantores e, sem dúvida, algum artista famoso. Com o desfile de Carnaval é a mesma coisa: quem é espectador espera ver um grande espetáculo. (FRANGIOTTI, 2019, em entrevista)

Sob outra perspectiva, considera o capital como elemento instigador da disputa entre as escolas, levando em conta a grande movimentação de dinheiro que permeia o evento.

Por outro lado, o capital fomenta essa disputa entre as agremiações, pois ganha-se muito com esse evento. A televisão vende a transmissão das imagens para mais de 150 países, vende anúncios por valores astronômicos e assim por diante. A cadeia do turismo ganha muito direta e indiretamente com esse evento. E o Estado ganha muito por meio dos impostos e pela geração de empregos que irá repercutir em sua receita final. (FRANGIOTTI, 2019, em entrevista)

Ainda é preciso considerar que a experiência televisionada em muito difere da experiência de quem assiste aos desfiles no sambódromo. A exibição torna-se manipulada pela mídia, que escolhe o que é ou não relevante para ir ao ar, ocultando, da mesma forma, aspectos considerados desinteressantes

para o público que acompanha o *show*. Como exemplo, pode-se citar tudo aquilo que acontece nos bastidores do espetáculo, tal qual as faces que estão por trás de tudo. Conforme coloca Frangiotti:

No caso da TV, temos algumas interferências que são amplamente conhecidas: a manipulação de horários do desfile e do que é importante ou não mostrar nas imagens. Assim, temos em geral rainhas da bateria que não são escolhidas pela comunidade, mas sim pela rede de TV que escolhe suas atrizes e a quem deve ter destaque naquele momento. Assistir ao Desfile na TV e assistir no Sambódromo são duas experiências completamente diferentes. Na TV você só vê o que o diretor de imagem quer que você veja (mulheres e homens bonitos de preferência com poucas roupas) pessoas sorridentes (com todos os dentes o que não é realidade no desfile) e assim por diante. No Sambódromo você vê o conjunto que no geral é uma magnífica experiência. (FRANGIOTTI, 2019, em entrevista)

O carnaval-espetáculo idealizado e promovido pela mídia muitas vezes não é compatível com a realidade – ou, com a intenção de prender a atenção de um determinado público, apresenta uma versão amplificada e coberta em *confetes* e *paetês* dela. A presença de celebridades nos desfiles de escolas de samba ocupando posições de destaque na avenida, por exemplo, representa a evidente elitização da festividade, por meio da qual é possível comprar – com dinheiro ou prestígio – um local de privilégio na exibição.

A este quadro, aplica-se a lógica neoliberal da mercantilização (VALVERDE, 2015) capaz de transformar em lucros o que antes era considerado como produção oriunda da cultura de massas. Desta forma, é possível levantar certos questionamentos acerca do potencial atingido pela criatividade dos responsáveis pela elaboração do espetáculo. A isto relaciona-se, por exemplo, a compra e venda de elementos constituintes da festividade. No que se refere às escolas de samba, um exemplo seria a negociação de enredos. De acordo com Frangiotti, em entrevista concedida em 2019, muitas agremiações se usam destes acordos como forma de captar recursos; no

entanto, é preciso considerar também que muitas vezes o ato pode vir a comprometer a criatividade e o entusiasmo originais, impondo barreiras para o livre desenvolvimento criativo.

No que tange ao evento midiático, Azevedo (2010) aponta, ainda, um possível “embranquecimento” a ser percebido dentro do *corpus* constituinte das escolas de samba, podendo ser relacionado ao advento da exibição televisionada dos desfiles.

(...) Movimento crescente de embranquecimento e espetacularização de grandes escolas de samba, principalmente a partir do advento da transmissão televisiva, bem como para a ideia de um formato empresarial que passou a ser assumido pelas escolas e que seria determinante no sucesso ou insucesso das mesmas. (AZEVEDO, 2010, p. 18)

3.3 Desterritorialização da Festividade

O conceito de desterritorialização está ligado intimamente à quebra de vínculos, perda ou afastamento de territórios, podendo se referir a territorialidades pessoais ou coletivas, em um nível econômico, simbólico ou de recursos. Autores como Ana Fani (2007) e como Lefebvre (2001) defendem que a desterritorialização é a marca da sociedade pós moderna, dominada pela mobilidade, fluxos, desenraizamento e hibridismo cultural, podendo culminar em uma perda de referências simbólicas. Tratando-se do Carnaval, é principalmente a esfera do simbólico que esta ideia se relaciona.

A cooptação do evento pode ser compreendida de diversas formas, conforme discorrido anteriormente. Entre elas, destaca-se também a retirada da festa das ruas e seu deslocamento para espaços privados, transformando o que antes era público em um evento enclausurado.

Como exemplo ilustrativo, Queiroz (1994) cita os bailes carnavalescos, realizados em clubes que possuem entradas pagas com diferentes taxas para sócios e convidados. O modelo, ainda muito popular principalmente em cidades

menores, é realizado em diferentes tipos de clubes e destinados a públicos com diferentes perfis socioeconômicos – desde os frequentados por membros da alta sociedade até os menores, organizados por membros dos sindicatos.

Valverde (2015), em tese, apresenta um modelo de indústria cultural que caracteriza um vetor de refuncionalização da cidade, grau de articulação e de concentração de agentes privados e públicos e cujo poder municipal estimula a concentração de atividades, imposto frequentemente em uma área que já conta com amplos serviços, facilitando a implementação dos negócios.

Considerando o crescimento do espetáculo proporcionado pelas escolas de samba na metrópole paulistana e a influência política que aos poucos foi se apropriando da festa, foi efetivado, na gestão do governo de Luiza Erundina (1989-1992) o projeto de consolidação de uma passarela para os desfiles carnavalescos (OLIVEIRA, 2007). O Polo Cultural e Esportivo Grande Otelo, popularmente conhecido como Sambódromo do Anhembi, foi projetado pelo arquiteto Oscar Niemeyer e inaugurado em 1991.

Tendo a construção da avenida do samba como referência e considerando o pano de fundo político e histórico da cidade de São Paulo à época, adota-se a perspectiva de Oliveira (2007) para uma melhor compreensão da territorialidade reivindicada pela edificação e como esta afeta o evento carnavalesco como um todo.

Para o autor, o polo já foi idealizado como Sambódromo Paulistano, se baseando na fixação de um modelo espacial para o carnaval. Conforme a obra foi sendo completada, já no segundo mandato de Paulo Maluf, esta ideia foi se firmando, fazendo crer que não havia outra destinação para a localidade que não dignificar a competitividade dos desfiles carnavalescos. Por parte das agremiações, o sentimento em relação a novidade era um misto de apoio e preocupação, torcendo para que o cenário fosse responsável pelo aumento da visibilidade do samba e do espetáculo em torno dele idealizado. Para a empresa Anhembi, o Sambódromo era parte de um sistema de modernização administrativa e patrimonial, trazendo a prefeitura grande visibilidade política nos campos do lazer e do turismo.

A construção do espaço turístico é um desafio territorial. Para Oliveira (2007), em São Paulo os desafios para essa mutação começam pela ausência da força simbólica na constituição de uma territorialidade carnavalesca. De acordo com o autor, o Sambódromo do Anhembi, palco definitivo dos desfiles, encontra-se em uma localização completamente desenraizada das manifestações carnavalescas e da sociabilidade ritual, sendo considerado um espaço de encenação, não trazendo apelo algum à memória coletiva originária.

O autor ainda ressalta a característica exclusivamente turística do espaço. Conforme cita:

O Polo Cultural e Esportivo Grande Otelo é um espaço exclusivamente turístico, sem mediação de outra funcionalidade socioambiental. Este, reconhecido como sambódromo, pode, em mais um carnaval espetáculo, exibir toda a sua destinação territorial. Quinze minutos após o encerramento do desfile, no palco não há mais nenhum sinal de nada que lembre um dia de Carnaval. Apenas congestionamento, lixo, fantasias e uma tumultuada romaria de foliões com a sensação de dever cumprido. (OLIVEIRA, 2007).

Para o autor, o Sambódromo ignora completamente a espacialidade simbólica do Samba, uma vez considerando a construção de um carnaval que atende requisitos exclusivos de um programa de televisão, com limites cenográficos e hora para terminar.

Deste modo, a estruturação de um espaço fixo para os desfiles poderia estar relacionada diretamente à urbanização do espetáculo.

Em São Paulo, em meio a tantos cortes indiscriminadamente não-avaliados, construir um espaço fixo para os desfiles na tv representa a metropolização de uma cultura provinciana. De repente, um espetáculo regional envolvendo minorias e comunidades com baixo poder aquisitivo consegue organizar lideranças e conduzir o público à construção de uma passarela de desfiles (OLIVEIRA, 2007, p.).

É possível considerar que as escolas de samba viriam a atuar como grupos teatrais contratados para um espetáculo oficial chamado Carnaval (OLIVEIRA, 2007). Deste modo, se encontrariam impossibilitados de reivindicar identidade cultural sobre o espaço, o qual seria reservado para os sambistas apenas contratualmente. Ocorre, portanto, uma desterritorialização das construções. O que deveria ser considerado conquista das agremiações carnavalescas, no cotidiano é tido como um espaço alheio, pertencente a prefeitura e a empresa Anhembi, estranho aos participantes da festa.

Por fim, a organização espacial dos desfiles representa uma expressiva conquista das comunidades marginalizadas, que encontram no samba e em sua dimensão festiva um campo de oportunidades para seu fortalecimento no tecido metropolitano (OLIVEIRA, 2007). No entanto, é possível também perceber uma desconexão entre o espaço e os próprios membros das agremiações, que nem sempre se identificam com o local.

4.0 CARNAVAL DE SÃO PAULO

O Carnaval de São Paulo é considerado um dos maiores e mais importantes eventos populares do Brasil. Oliveira (2007), pontua que, o ambiente cultural conhecido como mundo do samba vem demandando estratégias funcionais e simbólicas para estabelecer um novo posicionamento político ante a realidade do crescimento do carnaval na cidade de São Paulo.

Para o Carnaval das Escolas de Samba, os desfiles estão concentrados no Polo Cultural e Esportivo Grande Otelo, popularmente conhecido como Sambódromo do Anhembi.

Ao considerar uma grande metrópole como São Paulo, leva-se em consideração o ritmo de crescimento acelerado motivador da realização de um carnaval cada vez mais profissionalizado e vendável, aos moldes dos grandes centros urbanos (OLIVEIRA, 2007).

Outro ponto a ser explorado é o carnaval de rua, que evoca as origens do festejo e representa uma manifestação mais orgânica da vivência popular.

Atualmente, a cidade conta com centenas de blocos, oriundos de diferentes bairros, que se espalham por toda a cidade durante os quatro dias de festa, conforme é possível observar no *site* da prefeitura da cidade. Tendo o protagonismo do Carnaval muito tempo nos desfiles de escolas de samba, o carnaval de rua vem conquistando cada vez mais espaço na folia paulistana, modificando e ampliando ainda mais o potencial turístico da cidade.

4.1 Carnaval das Escolas de Samba

As escolas de samba surgem como uma modernização dos antigos blocos e cordões carnavalescos e caracterizam-se como agremiações populares nas quais destaca-se a performance do samba e o cortejo em grandes espetáculos públicos (FRANGIOTTI, 2007). Os desfiles contam com um enredo cujo tema idealizado dá origem a construção de um samba-enredo, performado pela bateria. Os membros das escolas apresentam-se com fantasias, cuidadosamente criadas de acordo com o tema proposto. A maioria desfila a pé na extensão da avenida, porém os desfiles contam também com carros alegóricos ornamentados com esculturas e adereços, onde há um lugar reservado para os chamados destaques. Os destaques quase sempre são pessoas conhecidas na mídia, celebridades, atores ou atrizes, garantindo prestígio e visibilidade ainda maior para a escola. Geralmente são colocadas em posições privilegiadas – na frente da bateria ou no alto de um carro alegórico. Para Frangiotti (2007), todo esse cenário luxuoso “ é um processo alienante da realidade da pobreza, falta de recursos básicos para a vida, entre outras necessidades” (Pág. 93).

De acordo com Fernandes (2001), a dinâmica das escolas de samba surge do “caldeirão carnavalesco” do Rio de Janeiro. O autor as define como uma instituição cultural popular, inventada e organizada por grupos sociais oriundos das classes sociais mais baixas, vindas das favelas, subúrbios e bairros populares do Rio de Janeiro ao fim dos anos 1920. Provenientes dos bairros da cidade, as escolas têm composição original e forte vínculo com a

comunidade, muitas delas sendo batizadas em homenagem aos locais de origem.

A princípio, os idealizadores das escolas não tinham diante de si um palco festivo vazio e desocupado como hoje em dia. Por isso, faziam os desfiles acontecerem da maneira como podiam: descendo os morros e os subúrbios e ocupando-os com o seu espetáculo (FERNANDES, 2001).

Os espetáculos promovidos pelas escolas de samba estão entre os maiores da Terra, atualmente alcançando, entrelaçado a festividade do Carnaval como um todo, o seu lugar como representante da cultura brasileira. As festividades populares não só concorrem entre si, como também disputam a cena pública com os grupos de elite e suas festas oficiais (FERNANDES, 2001).

A força simbólica do samba foi responsável por desencadear os avanços políticos e o conseqüente reconhecimento das escolas de samba como porta-vozes institucionais da cultura (OLIVEIRA, 2007). Partindo de sua gênese humilde, as agremiações ascenderam, contando com o apoio de instituições políticas e do poder privado. Atualmente, muitas contam com uma grande infraestrutura e inúmeros patrocinadores.

Na cidade de São Paulo, segundo Oliveira (2007) os desfiles das escolas de samba foram regulamentados no ano de 1967, durante a gestão do prefeito Faria Lima. Do ano de 1968, quando o governo municipal oficializa os desfiles sob o seu patrocínio, até a regulamentação definitiva da festa carnavalesca em 1990, a cidade de São Paulo vivenciou todos os procedimentos necessários para identificar sua folia como um quase exclusivo festival de samba por meio de suas escolas e blocos. A partir dos anos de 1967/68, as escolas de samba dinamizaram uma trajetória de crescimento tão vertiginoso que em vinte anos foram capazes de conquistar um espaço definitivo para seus desfiles, o Sambódromo do Anhembi (OLIVEIRA, 2007).

Deste modo, as escolas de samba passaram a apresentar um desenvolvimento cada vez mais significativo, capacitando-se e acoplando na produção do espetáculo aspectos cada vez mais criteriosos. Para Oliveira (2007), esse profissionalismo somou-se às demandas das comunidades e às

conjunturas políticas cada vez mais acessíveis às reivindicações das lideranças do universo do samba.

A LIGA SP, órgão civil responsável pela organização dos desfiles oficiais da cidade, surge no ano de 1986, enquanto os desfiles ainda ocorriam na Avenida Tiradentes (FRANGIOTTI, 2007). Devido ao crescimento potencial dos desfiles, foi necessária a criação de um grupo responsável pelo planejamento e estruturação dos desfiles das agremiações. Desde então, o órgão tem contribuído para o aumento da visibilidade dos desfiles das escolas de samba.

Para Oliveira (2007), era necessária a formação de uma associação capaz de potencializar a canalização dos interesses e resoluções da comissão organizadora do Carnaval e do Poder Público.

Atualmente, o quadro de afiliadas da *LIGA SP* é composto por 34 agremiações, sendo 14 escolas de samba que integram o grupo Especial, oito escolas do grupo de Acesso e 12 escolas do grupo de Acesso I, de acordo com o *site* oficial da LIGA.

Outro órgão representativo, a União das Escolas de Samba Paulistanas (UESP) surge em 1973 como uma associação sem fins lucrativos, com o objetivo de representar as Escolas de Samba e os Blocos Carnavalescos frente ao poder público. A UESP atualmente congrega 64 agremiações¹⁸.

Conforme dispõe Oliveira (2007), partir do ano de 1985, o processo de organização do carnaval assume duas frentes de objetivos: a UESP incentiva a formação de agremiações para trabalhar a organização do samba nos bairros da cidade, atuando principalmente no carnaval de rua, capaz de justificar uma ação profissional social sem fins lucrativos e politicamente descentralizado; já a LIGA SP assume uma função dentro de um parâmetro mais econômico e empresarial, negociando com redes de comunicação do poder público, representando as escolas de samba sob o enquadramento de empresas e garantindo a elas poder de barganha diante do poder público. Para o autor, o fortalecimento desse processo tem como meta a qualificação da oferta turística do carnaval paulistano.

¹⁸ Informações no *site* oficial: < <https://uesp.com.br/> > Acesso em 04 de janeiro de 2020.

Vinte e cinco títulos foram conquistados por grandes escolas de samba, entre elas, destacam-se as escolas Camisa Verde e Branco e Vai-Vai, que surgiram como cordões carnavalescos até o ano de 1971, conquistando uma grande torcida e inúmeros títulos. Já a agremiação Gaviões da Fiel, uma das mais renomadas escolas, destaca-se por seus números, embora discretos, igualmente significativos no que tange a transformação de uma torcida de futebol em bloco e posteriormente em escola de samba, conquistando quatro títulos em 10 anos e se consolidando como a mais popular agremiação do carnaval brasileiro (OLIVEIRA, 2007).

Em São Paulo, o modelo de carnaval segue uma hierarquia, dividida em diferentes grupos, entre os quais destacam-se o Grupo Especial e o Grupo de Acesso. O Grupo Especial compõe o topo da hierarquia da competição e é formado por 14 escolas. Todos os anos, as duas últimas colocadas caem para o Grupo de Acesso e as duas primeiras deste sobem para o Grupo Especial, proporcionando um rodízio e a possibilidade de ascensão de escolas menores (AZEVEDO, 2010).

As escolas de samba do grupo especial realizam o carnaval por meio de uma parceria com o poder público, representado pela prefeitura e órgãos governamentais na esfera municipal e estadual, entre as quais destaca-se a *SPTuris*. Além disso, os principais agentes da organização do Grupo Especial são as próprias agremiações e seus órgãos representativos (AZEVEDO, 2010). A prefeitura de São Paulo é presente na organização, oferecendo infraestrutura e financiamento.

4.2 Carnaval de Rua e Processo de Urbanização

O Carnaval de rua representa a origem dos festejos populares, retomando uma atmosfera carnavalesca espontânea e popular. No entanto, com a modernização e os diferentes processos de urbanização impostos à cidade, são perceptíveis inúmeras mudanças na forma de celebrá-lo. Conforme dispõe Oliveira (2007), muitas cidades interioranas relatam que com a

modernização, o crescimento e a própria desestruturação da vida comunitária, o carnaval de rua e os blocos e escolas de samba desapareceram.

Já de acordo com Queiroz (1994), em estudos sobre cidades do interior, muitas escolas de samba ascenderam e conquistaram sua importância, não mais se denominando blocos, cordões ou ranchos, mas copiando o modelo carioca e adotando a alcunha de escolas de samba. A partir disto, passaram a planejar-se com antecedência, imitando o modo de desfilar e acoplar em seus trajes e fantasias elementos que denotem ostentação de certa riqueza.

Frangiotti (2007) explica a diferença entre Escolas de Samba e Blocos Carnavalescos da seguinte forma:

A diferença entre a Escola de Samba e o Bloco Carnavalesco está na sua formação, isto é, a primeira estabelece a cada ano um enredo do qual surge o samba enredo e os figurinos das fantasias que formam as alas e os carros alegóricos. O segundo tem uma formação mais simples e determina apenas um tema a ser apresentado, sem a obrigatoriedade em formar alas que sigam o lema rigorosamente. Atualmente, alguns Blocos se apresentam com um nível de complexidade que, muitas vezes, para o público em geral, fica difícil perceber a diferença entre um e outro, levando à confusão de que Bloco Carnavalesco é uma Escola menor. (FRANGIOTTI, 2007, p. 79)

Atualmente, o carnaval de rua, representado pelos blocos que saem todos os anos, vem conquistando espaço cada vez maior nas comemorações da cidade. A isto é atrelada uma enorme importância turística e simbólica, considerando principalmente o resgate das tradições originárias do festejo.

No ano de 2019, de acordo com informações divulgadas pelo *site G1*¹⁹, a lista final emitida para o carnaval de São Paulo contava com 570 blocos que iriam se apresentar em diversas regiões da cidade, trazendo multidões às ruas. Atualmente, a UESP é o órgão responsável pelo Carnaval Oficial de Bairros que ocorre na cidade de São Paulo.

¹⁹ Conforme noticiado pelo *site*: <<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/carnaval/2019/noticia/2018/12/18/veja-a-programacao-dos-blocos-de-rua-do-carnaval-2019-em-sao-paulo.ghtml>> Acesso em 06 de janeiro de 2020.

4.3 Mercantilização do Carnaval de São Paulo.

Conforme discorrido, o Carnaval é afetado pela apropriação cultural, acarretando a mercantilização da festa. A cooptação do evento pelo que poderia ser definido como *indústria do carnaval* e a sua conseqüente transformação em carnaval-espetáculo, adaptado a um padrão e definido por interesses políticos e econômicos (FRANGIOTTI 2007).

De acordo com Oliveira (2007), um conjunto de fatores ligados às transformações metropolitanas na cidade de São Paulo foram responsáveis pela determinação de práticas funcionais que ampliam a visibilidade dos desfiles, consolidando o espetáculo como negócio promissor ao investimento cultural, em especial o investimento turístico.

Historicamente, na cidade de São Paulo a dimensão carnavalesca convivia com a dimensão do samba, mas era preciso firmar um caminho turístico (OLIVEIRA, 2007). Para isso, dado seu êxito, o modelo legitimado pelas escolas cariocas é escolhido para adesão das paulistas.

Para tal, foi considerado o prestígio conquistado pelo Carnaval do Rio de Janeiro, principalmente entre as classes média e alta do país. Este ganho, conforme Oliveira (2007), surge na década de 60 e é reforçado nas décadas seguintes. .

Oliveira (2007) define esta apropriação e conseqüente reprodução dos desfiles cariocas como um padrão de qualidade, que definiria o que poderia dar certo ou não em um desfile. Ao ponto em que a cidade absorve o modelo carioca, no entanto, inevitavelmente abandona algumas de suas próprias criações. Conforme coloca o autor:

Do primeiro cordão – O Grupo Carnavalesco Barra Funda, de Dionísio Barbosa -, originado em 12 de março de 1914 (que 40 anos depois seria refundado como Camisa Verde e Branco), até a primeira Escola de Samba – A Primeira de São Paulo, de Elpídio Faria -, há um trajeto de afirmação inicial, uma identidade carnavalesca própria. O samba paulistano desenvolveu elementos folclóricos particulares,

que foram sendo eliminados ou aculturados em nome da recente padronização carioca. (OLIVEIRA, 2007, p. 53)

Para Oliveira (2007), a primeira dinâmica de reprodução estava na transferência da concepção orgânica das entidades e dos desfiles. Entre os anos 1930 e 1960, as agremiações das cidades realizavam um intercâmbio de experiências a partir da visita entre sambistas e a troca de aspectos peculiares dos cortejos.

Por fim, conforme visto anteriormente, a festa também foi embasada no âmbito legal. Além das leis que regulamentavam a festa, há, ainda, para Oliveira (2007), uma visão mercadológica forjada pelo momento político da redemocratização. O autor destaca as leis Rouanet (1991) e do Audiovisual (1993), aprovadas como incentivo à cultura durante a política de abertura econômica do Governo Collor que, em momento algum, foram destinadas ao empreendimento carnavalesco, afastando-se da justificativa de democratização do acesso à cultura aos recursos financeiros.

Em 1990 a Câmara aprovou a lei 10.381/90 que divulgou o Carnaval como evento oficial na cidade de São Paulo. No entanto, de acordo com Frangiotti (2007) até o ano de sua pesquisa, o evento não havia sido oficialmente regulamentado dentro de pautas orçamentárias com obrigatoriedade municipal.

Frangiotti (2007) assinala a grande quantidade de dinheiro gasta na montagem de uma Escola, tendo em vista sua dimensão. Além dos múltiplos gastos com materiais, também é preciso manter uma estrutura funcional para que o espetáculo possa ser produzido, adicionando a esses também gastos com a quadra, o barracão, a mão de obra e as demais despesas.

Com o crescimento das entidades, mais investimentos são necessários para que se adequem aos novos padrões. Para Frangiotti (2007), isso aumenta não só a dependência das agremiações por verbas do poder público, mas também a crescente busca por patrocinadores privados, interessados principalmente no retorno econômico que isso pode gerar - a partir

principalmente da venda de anúncios publicitários ou do aumento das vendas de seus produtos e serviços.

De acordo com Frangiotti (2007):

Há aqui uma explícita inversão de valores na qual a entidade carnavalesca - que representa a manifestação cultural de uma grande parcela de pessoas, na sua maioria provenientes de uma classe social com baixo poder aquisitivo - passa, de alguma maneira, a representar os interesses do capital que busca apenas uma oportunidade de se reproduzir. O Carnaval que, na sua essência, representa a festa e o despojamento do cotidiano é transformado numa mercadoria de consumo por meio da mediação para a venda de produtos e serviços. (FRANGIOTTI, 2007, p. 81)

Desta forma, é possível inferir que a trajetória percorrida pelo carnaval paulistano, tal qual sua evolução, se deram intrínsecas ao interesse econômico, seguindo “uma lógica estabelecida pela proveniência do dinheiro” (FRANGIOTTI, 2007, p. 79). Pautada na dinâmica do “quem dá mais”, a festa foi desapropriada de sua origem popular, ascendendo dentro dos moldes propostos pelos órgãos responsáveis por sua gestão.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo observar aspectos da mercantilização do Carnaval e suas consequências sobre o evento. É inquestionável a importância do Carnaval na cena cultural brasileira. De origem histórica, o festejo carnavalesco consolidou-se no calendário de eventos das principais cidades do Brasil, dispondo de enorme potencial turístico e se tornando mundialmente conhecido como uma das mais importantes festas do país. No entanto, ao mesmo tempo em que a festa conquista olhares de turistas por todas as partes, também é possível observar as inúmeras mudanças impostas a maneira de se celebrar o festejo, afastando-se cada vez mais de sua origem orgânica e se aproximando da forma organizacional de um grande espetáculo, cujos objetivos passam a se voltar aos lucros e ganhos dos envolvidos.

Entre essas mudanças, destacam-se as provocadas pela mercantilização do evento, principal ponto explorado por esse trabalho - seja por influência do poder público e privado em sua organização, pelo papel desempenhado pela mídia ou pela retirada cada vez mais contínua da festa do seu local de origem, as ruas, e sua transferência para um ambiente exclusivo, transformando-o em um evento enclausurado.

Antes de tudo é preciso rememorar a origem histórica da festa, que nasce das manifestações de euforia popular no seio das camadas mais humildes da sociedade, sendo marcada por um histórico de perseguições e preconceitos sociais que se dão tanto por questões socioeconômicas quanto morais. Partindo deste contexto, é possível adentrar melhor o universo carnavalesco adotando um olhar que não apenas analisa os efeitos da mercantilização sobre o evento, mas que também busca compreender os elementos que os motivaram.

A partir da análise realizada, compreende-se que a mercantilização do Carnaval se dá a partir de sua apropriação cultural. A festa oriunda das multidões passa a adquirir um novo potencial turístico, despertando também o interesse de órgãos do poder público e empresas privadas dispostos a oferecer

recursos para o patrocínio das instituições carnavalescas. Considerando principalmente o carnaval das escolas de samba, objeto observado nesta pesquisa, esta nova lógica mercantil que se instala sobre o evento passa a representar um aumento de visibilidade e oportunidade de ascensão para aqueles que muito tempo foram deixados à margem. Ao mesmo tempo, torna-se também responsável por moldá-lo de acordo com o que propõem os novos administradores, acarretando uma diminuição de seu potencial autêntico, artístico e criativo.

No que diz respeito à midiatização, a mesma dualidade pode ser observada, depreendendo-se que o cenário desenvolvido traz tanto consequências positivas quanto negativas. Por um lado, promove uma maior visibilidade e divulgação do evento, contribuindo para a desconstrução da imagem negativa que por muito tempo o permeou, além de se mostrar financeiramente favorável. Por outro, promove a sua transformação em um espetáculo, nem sempre refletindo a atmosfera de espontaneidade e alegria dos primeiros carnavais, mais uma vez promovendo um distanciamento de suas origens e levando cada vez mais as agremiações a se comportarem como empresas.

O uso da imagem pela transmissão televisiva acarreta a glamourização da festa, mascarando sua realidade para que se torne vendável aos consumidores telespectadores. Ao mesmo tempo, é perceptível uma retirada do protagonismo daqueles que fazem o *show* possível, os elementos principais de todo um conjunto – os membros da comunidade que trabalham nos barracões durante todo o ano, dando lugar de destaque e prestígio a personagens considerados influentes. Do mesmo modo, é possível relacionar a venda de enredos para *merchandising* à lógica da mercantilização, sendo esta de certa forma responsável por uma limitação criativa das agremiações, transformando literalmente os enredos carnavalescos em mercadoria.

Outro ponto a ser considerado é a construção do *sambódromo* como espaço dedicado aos desfiles das agremiações carnavalescas. A obra, ao mesmo tempo em que representa um enorme avanço no reconhecimento do carnaval como elemento de cultura, também promove uma complicação de aproximar a festa aos braços de seu povo. Desta forma, o evento por vezes,

passa a se tornar um espetáculo privado, ao qual só tem acesso aqueles dispostos a pagar os altos valores dos camarotes ou os lugares na arquibancada.

Na cidade de São Paulo, o carnaval de rua contemporâneo, que remonta a origem da brincadeira, parece seguir o mesmo caminho. Iniciado nos bairros da cidade como uma maneira de brincar a festa, vem desenvolvendo um enorme potencial turístico, cada vez mais responsável por atrair visitantes durante o feriado.

Por fim, em meio a tantas mudanças observadas, questiona-se, ainda, até que ponto a folia se mantém autêntica. Em uma sociedade capitalista marcada fortemente pelo consumo, parece improvável impedir que elementos culturais sejam cooptados pela indústria. No entanto, apesar da evidente comercialização, ainda podemos encontrar no carnaval fortes características de resistência. O resgate da atmosfera de autenticidade pode ser percebido nos vínculos com a comunidade, que permanece unida e comprometida com a idealização anual do evento, seja em uma escola de samba ou nos blocos de rua espalhados pela cidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002. Seleção de textos: Jorge M. B. de Almeida. Traduzido por Juba Elisabeth Levy [et al].

AZEVEDO, Clara de Assunção. **Fantasia Negociadas: Políticas do carnaval paulistano na virada do século XX**. 2010. 221 f. Dissertação - Curso de Pós-graduação em Antropologia Social, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

BEZERRA, Juliana. **Historia e Origem do Carnaval**. 2020. Disponível em: <<https://www.todamateria.com.br/historia-e-origem-do-carnaval/>> Acesso em 27 fev 2020.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O Espaço Urbano: Novos Escritos sobre a Cidade**. São Paulo: FFLCH, 2007, 123p.

CARNAVAL DE SALVADOR. **Site oficial**. Disponível em: <<http://carnavalsalvadorbahia.com.br/o-carnaval-de-salvador>> Acesso em: 03 jan. 2020.

CARNAVAL RECIFE. **Site oficial**. Disponível em: <<http://www.programacaocarnavalrecife.com.br/>>. Acesso em: 06 jan. 2020.

COX, Harvey. **A Festa dos Foliões**. Petrópolis, RJ: Vozes. 1974.

FERNANDES, Nelson da Nobrega. **Escolas de samba: sujeitos celebrantes e objetos celebrados**: Rio de Janeiro 1928-1949. Rio de Janeiro: Rio de Janeiro: Secretaria das Culturas, Departamento Geral de Documentação e Informação Cultural, Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro, 2001.

FRANGIOTTI, Nanci. **O espaço do carnaval na periferia da cidade de São Paulo**. 2007. 125 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Geografia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

FRANGIOTTI, Nanci. **Trezentos e sessenta e cinco dias de Carnaval**. 2001.

G1 SP. **Veja a programação dos blocos de rua do carnaval 2019 em São Paulo**. 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/carnaval/2019/noticia/2018/12/18/veja-a-programacao-dos-blocos-de-rua-do-carnaval-2019-em-sao-paulo.ghtml>>. Acesso em: 05 jan. 2020.

GUIA CULTURAL DO CENTRO HISTÓRICO DO RIO DE JANEIRO. **Site oficial**. Disponível em: <<http://guiaculturalcentrodorio.com.br/carnaval-do-rio-de-janeiro/>>. Acesso em: 09 jan. 2020.

GUINNESS WORLD RECORDS. **Site oficial**. Disponível em: <<https://www.guinnessworldrecords.com/world-records/largest-carnival/>>. Acesso em: 05 jan. 2020.

LEIS MUNICIPAIS. **Site oficial**. Disponível em: <<https://leismunicipais.com.br/>>. Acesso em: 04 jan. 2020.

LIGA SP. **Site oficial**. Disponível em: <<https://www.ligasp.com.br/>>. Acesso em: 04 jan. 2020.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo Cultural: orientações básicas**. Brasília: Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-geral de Segmentação, 2010.

LEFEBVRE, Henry. **O direito à cidade**. 2 edição. São Paulo, SP: Centauro, 2001.

MORONI, Benedito de Godoy. **Carnaval: Origem, evolução e Presidente Epitácio**. Presidente Epitácio: Do Autor, 2011.

OLIVEIRA, Christian Dennys Monteiro de. **Geografia do Turismo na Cultura Carnavalesca: O sambódromo do Anhembi**. São Paulo: Paulistana, 2007.

OSNA, Noemi . **O Carnaval como resistência cultural**. 2003. Disponível: <<https://anovademocracia.com.br/no-13/1010-o-carnaval-como-resistencia-cultural>>. Acesso 27 fev 2020.

PEREIRA JUNIOR, Alberto. **Globo faz Rosas de Ouro mexer em samba-enredo**. 2010. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/folha/colunas/zapping/ult3954u681329.shtml>>. Acesso em: 04 jan. 2020.

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. A ordem carnavalesca. **Tempo Social**, São Paulo, v. 6, n. 1-2, p.27-45, dez. 1994. FapUNIFESP (SciELO).

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

SÃO PAULO TURISMO. **Site oficial**. Disponível em: <<http://spturis.com/v7/>>. Acesso em: 05 out. 2020.

UESP SP. **Site Oficial**. Disponível em: <<https://uesp.com.br/>> Acesso em: 04 jan. 2020.

VALVERDE, Rodrigo Ramos Hospodar Felipe. A Indústria Cultural como objeto de Pesquisa Geográfica. **Geography Department University Of Sao Paulo**, São Paulo, v. 29, p.391-418, 17 jun. 2015. Universidade de Sao Paulo Sistema Integrado de Bibliotecas - SIBiUSP.

ANEXO A

Entrevista com a pesquisadora Nanci Frangiotti, realizada em 05/08/2019.

DOCUMENTADOR: Quais são as principais mudanças que se notam no carnaval paulistano, do início do século XXI até os dias atuais?

FRANGIOTTI: Em termos do Desfile das Escolas de Samba, nota-se o crescimento em termos de qualidade e quantidade. Acredito que a partir da construção do Sambódromo em 1989 as Escolas começaram a evoluir em termos de espetáculo. Para entender isso, basta olhar as fotos daquela época em que era necessário colocar grades na pista para diminuir a largura da mesma, pois as Escolas não tinham estrutura para “cobrir” a pista. Hoje olhando as imagens vemos que os carros alegóricos preenchem toda a pista e as vezes passam apertados. Com esse crescimento, surgiu um problema para os dirigentes: como sustentar financeiramente os desfiles nesse crescente, particularmente, num período de crise econômica que o país atravessa? Essa tem sido uma questão colocada por eles e também pelo Estado que custeia parte do desfile e também se beneficia com os resultados (turismo, geração de empregos etc). Mas há um outro Carnaval que é o de rua. Sempre existiu o Carnaval de rua em SP, porém nos últimos anos vemos um crescimento estrondoso de blocos e de pessoas que saem pelos espaços públicos em busca de diversão. Algumas análises feitas por envolvidos na organização do Desfile consideram que um se contrapõe ao outro. Na minha opinião isso não acontece, pois para quem participa de um ou outro são emoções e experiências diferentes. No Sambódromo o componente faz parte de um conjunto e a ele deve respeitar e fazer o melhor para ser vencedor, pois é um concurso. Na rua, ele é mais uma pessoa que sai para se divertir sem compromisso e muitas vezes, inclusive, com a preservação do patrimônio público e com a comunidade local. São motivações diferentes, um não elimina o outro.

DOCUMENTADOR: Qual a sua opinião sobre a mercantilização cada vez maior do carnaval paulistano?

FRANGIOTTI: Essa é uma questão difícil de responder, pois envolvem várias vertentes e interesses. Pelo lado da Escola de Samba é preciso arrecadar muito dinheiro para colocar a agremiação na avenida com harmonia e beleza. Ninguém iria até o Sambódromo ou ficar frente a uma TV para ver um desfile visualmente desvalido, sem efeitos especiais etc. Numa comparação, guardada todas as diferenças, é como um espetáculo musical. As pessoas vão ao teatro para ver efeitos, um excelente corpo de bailarinos e cantores e sem dúvida algum artista famoso. Com o desfile de Carnaval é a mesma coisa, quem é espectador espera ver um grande espetáculo. Por outro lado, o capital fomenta essa disputa entre as agremiações, pois ganha-se muito com esse evento. A televisão vende a transmissão das imagens para mais de 150 países, vende anúncios por valores astronômicos e assim por diante. A cadeia do turismo ganha muito direta e indiretamente com esse evento. E o Estado ganha muito por meio dos impostos e também pela geração de empregos que irá repercutir em sua receita final. Na outra ponta tem a comunidade cuja ligação com a agremiação é muito forte e todos querem ser campeão.

DOCUMENTADOR: Na sua opinião, quais são as características "visíveis" mais marcantes desse processo de mercantilização e suas respectivas consequências?

FRANGIOTTI: Dois aspectos eu destaco nesse processo: o uso da imagem pela transmissão da televisão e conseqüentemente a compra dos direitos de imagem e a venda de enredo para merchandising de empresas ou como promoção. No caso da TV, temos algumas interferências que são amplamente conhecidas: a manipulação de horários do desfile e do que é importante ou não mostrar nas imagens. Assim, temos em geral rainhas da bateria que não são escolhidas pela comunidade, mas sim pela rede de TV que escolhe suas atrizes e a quem deve ter destaque naquele momento. Assistir o Desfile na TV e assistir no Sambódromo são duas experiências completamente diferentes.

Na TV você só vê o que o diretor de imagem quer que você veja (mulheres e homens bonitos de preferência com poucas roupas) pessoas sorridentes (com todos os dentes o que não é realidade no desfile) e assim por diante. No Sambódromo você vê o conjunto que no geral é uma magnífica experiência. Com relação à venda de enredo, muitas agremiações o fazem para captar recursos, o que muitas vezes compromete a criatividade e o entusiasmo da mesma.

DOCUMENTADOR: De que maneira o espaço limitado e por vezes enclausurado (sambódromo) dos desfiles e blocos carnavalescos, interfere na dinâmica das comemorações e nas reações populares?

FRANGIOTTI: Como afirmei anteriormente, considero duas experiências diferentes, o desfile no Sambódromo e os blocos nas ruas. Não considero que o desfile das Escolas seja um espetáculo enclausurado, pois o propósito dele é um concurso de agremiações que disputam um campeonato. Portanto, a criação de locais apropriados para esse uso não são enclausuramento, mas sim racionalização de recursos e adequação a vida urbana. Para o concurso ser realizado são necessários a instalação de infraestrutura adequada, planejamento, antecedência em seu preparo etc. Quando isso ocorria na Av. Tiradentes, por exemplo, causava um grande transtorno para a população que se utilizava dessa via para a sua locomoção diária. Eram necessários dois meses de preparo na avenida para poder receber o desfile. Fora os gastos com a montagem e desmontagem de arquibancadas, iluminação etc. Da mesma forma que uma competição de carros como a Fórmula 1 não é adequada a ser realizada em ruas da cidade, com exceção de Mônaco. Envolve preparo, segurança e detalhes que são próprios daquele tipo de evento. As pessoas têm a liberdade de brincar e curtir o Carnaval em outros espaços, inclusive na rua, apesar da crescente reclamação das comunidades locais onde isso acontece. O “espírito carnavalesco” é o mesmo, porém as situações e o propósito dos eventos são diferentes.

DOCUMENTADOR: A população mais pobre vem sendo cada vez mais segregada dos festejos carnavalescos, em função da *gourmetização* ampla do

evento. De que modo essa população consegue se estruturar diante da perda também desse tipo de entretenimento?

FRANGIOTTI: Também aqui é preciso muito cuidado ao se afirmar isso. Qual é essa população mais pobre que se diverte com esse tipo de entretenimento? Veja, as agremiações só sobrevivem porque existe uma comunidade por trás delas, se ela dependesse somente da classe média alta que só aparece em sua quadra um mês antes do desfile ela não existiria. Em geral, essas comunidades são tradicionais, passam essa cultura de pai para filho, já está enraizada no cerne daquela família. É muito comum você ver nos ensaios famílias inteiras participando: velhos, crianças, jovens e adultos. As agremiações não param, funcionam o ano inteiro, promovem eventos filantrópicos, festas, bailes e os ensaios. Em geral, são uma referência de lazer e socialização para uma determinada comunidade, nem sempre a local. Por exemplo, a agremiação Nenê da Vila Matilde localizada na Zona Leste surgiu há 70 anos num bairro muito distante do centro no qual só moravam pessoas de baixa renda. Com o processo de urbanização da cidade hoje a Vila Matilde é um bairro de classe média que ocupou os diversos edifícios que lá foram construídos e que não tem em sua maioria afinidades com a agremiação carnavalescas. Grande parte dos componentes dessa Escola foram morar na Cidade Tiradentes, Itaquera, Guaianazes entre outros bairros mais distantes atraídos pelas construções populares como CDHU, Cohab. Mas o sentimento de pertencimento delas é a Vila Matilde onde permaneça a quadra da Nenê. Isso tudo também não quer dizer que não houve também uma ruptura das agremiações com suas comunidades de origem. Muitas sofreram com o processo de exclusão do capital e redesenho da urbanização paulistana. A Lavapés é um exemplo disso. Localizada no bairro Glicério foi a primeira agremiação de SP a ser nominada como Escola de Samba e com o passar dos anos foi passando um processo de declínio e hoje ocupa um dos menores grupos da UESP. O processo cultural é orgânico e, portanto, se transforma com a sociedade. O Carnaval faz parte de processo e também se transforma de acordo com os costumes e valores de determinados grupos humanos. Hoje temos grandes preocupações humanas como a preservação ambiental, com o

que as Escolas estão sintonizadas e dessa forma, praticamente tudo o que utilizado num desfile é reaproveitado para o próximo ou por outras Escolas, coisa que poucos anos atrás não acontecia. Muitos materiais utilizados nos adereços são provenientes de reciclagem. O universo carnavalesco é bastante complexo e intrigante, exige muita pesquisa e análise para ser parcialmente compreendido. Espero ter colaborado com a sua pesquisa.