

VII Encontro Nacional de Estudos do Consumo

Mercados Contestados – As novas fronteiras da moral, da ética, da religião e da lei

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-RJ

Rio de Janeiro, 24, 25 e 26 de setembro de 2014

“Eu Quero É Botar Meu Bloco na Rua”:

O Carnaval dos Blocos No Rio De Janeiro Entre a Mercantilização e as Práticas Tradicionais

Marina Bay Frydberg¹

Rebeca Eler de Carvalho Eiras²

Resumo

O carnaval enquanto festejo popular pode ser considerado uma das manifestações culturais mais representativas nacional e internacionalmente da identidade brasileira. No caso do Rio de Janeiro sabe-se que o carnaval das escolas de samba já se estabeleceu enquanto negócio obedecendo às suas lógicas tecnológicas e de venda do espetáculo. Nosso olhar procura, contudo, se voltar aqui para a realidade do carnaval de rua carioca, que vem crescendo nos últimos anos. Juntamente a esse crescimento aumentam as tensões mercadológicas nessa manifestação que se propôs, inicialmente, à uma retomada do carnaval tradicional do Rio de Janeiro. Inserida em uma recente valorização desta forma de brincar o carnaval, os blocos de rua na cidade do Rio de Janeiro se veem em meio a uma discussão entre o aumento da rentabilidade econômica através da mercantilização/comercialização da festa e a valorização de práticas tradicionais de se brincar o carnaval pautadas na valorização das trocas “desinteressadas” e na reafirmação de laços de reciprocidade. Este artigo se debruçará, desta forma, sobre tensão existente hoje no carnaval dos blocos de rua do Rio de Janeiro entre a grande valorização das trocas econômicas em oposição a manutenção de uma lógica de trocas pautadas no social, no simbólico e no afetivo.

Palavras-chave: Economia da festa, Carnaval, Mercados Múltiplos.

¹ Doutora em Antropologia Social. Professora do Departamento de Arte da Universidade Federal Fluminense. Pesquisadora do Observatório de Economia Criativa do Rio de Janeiro – OBEC-RJ. Contato: marinafrydberg@gmail.com.

² Graduanda em Produção Cultural na Universidade Federal Fluminense. Pesquisadora do Observatório de Economia Criativa do Rio de Janeiro - OBEC-RJ. Contato: rebeca.eler@gmail.com.

Introdução

O carnaval enquanto festejo popular pode ser considerado uma das manifestações culturais mais representativas nacional e internacionalmente da identidade brasileira. No caso do Rio de Janeiro sabe-se que o carnaval das escolas de samba já se estabeleceu enquanto negócio obedecendo às suas lógicas tecnológicas e de venda do espetáculo (PRESTES FILHO, 2012). Nosso olhar procura contudo se voltar aqui para a realidade do carnaval de rua carioca, que vem crescendo nos últimos anos. Juntamente a esse crescimento aumentam as tensões mercadológicas nessa manifestação que se propôs, inicialmente, à uma retomada do carnaval tradicional do Rio de Janeiro.

O tema da festa foi estudado de modo significativo pelas ciências humanas e sociais. Esses estudos buscavam entender o significado da festa para diferentes sociedades e em diferentes tempos. As pesquisas pensavam geralmente a festa a partir de dois enfoques: festa como espaço ritual e festa como espaço de lazer e sociabilidade em oposição ao tempo do trabalho. Nestes estudos a festa era pensada como um tempo fora do tempo do cotidiano, um mundo de sociabilidade em oposição ao mundo do trabalho. Partindo do entendimento da festa como espaço ritual e de prática de sociabilidade este artigo se propõem a investigar as trocas econômicas e simbólicas proporcionadas por este espaço privilegiado de interação, criação e reafirmação de identidades, em especial nos blocos do carnaval de rua na cidade do Rio de Janeiro.

Inserida em uma recente valorização desta forma de brincar o carnaval, os blocos de rua na cidade do Rio de Janeiro se veem em meio a uma discussão entre o aumento da rentabilidade econômica através da mercantilização/comercialização da festa e a valorização de práticas tradicionais de se brincar o carnaval pautadas na valorização das trocas “desinteressadas” (CAILLE, 2006, BOURDIEU, 2005, GOUDBOUT, 2002) e na reafirmação de laços de reciprocidade (MAUSS, 2003). Para pensar em uma economia da festa este artigo parte do entendimento de *mercado múltiplo* (MMM) proposto por Zelizer (1992) que incorpora os aspectos econômicos e o coloca em relação com as alternativas culturais e sócio-estruturais. Este artigo se debruçará, desta forma, sobre tensão existente hoje no carnaval dos blocos de rua do Rio de Janeiro entre a grande valorização das trocas econômicas em oposição a manutenção de uma lógica de trocas pautadas no social, no simbólico e no afetivo.

Economia do Carnaval: Da Mercantilização no Carnaval a Mercantilização do Carnaval

A tradição de se brincar o carnaval foi trazida para o Brasil pelos portugueses e ganhou força a partir da vinda da família real em 1808. O entrudo era um conjunto de brincadeiras e folguedos realizados nos quarenta dias antes da Páscoa. Manifestação popular de origem portuguesa que consistia em atirar nas pessoas objetos que sujassem e molhassem, como por exemplo, bexigas, gesso ou farinha (GÓES, 2013). O

mais conhecido objeto da brincadeira do entrudo eram os “limões de cheiro”, ou seja, bexigas com água ou líquidos perfumados, podendo também ser substituídos por produtos menos nobres como urina. Esses objetos tão característicos da festa são também exemplificação de uma forma de economia dentro do universo do que viria a se tornar a festa carnavalesca, pois, entre os escravos era comum a confecção e comercialização de objetos que servissem ao fim da brincadeira proposta e vivida neste período (FERREIRA, 2013).

O carnaval popular do entrudo passa a ser visto, a partir do início da década de 1840, como sujo e desordeiro pela elite que inspirada no modelo de carnaval europeu, mais especificamente veneziano, passa a brincar a festa carnavalesca em bailes de máscaras (GÓES, 2013). Com certeza para o acontecimento destes bailes toda uma infraestrutura era necessária, passava pela decoração dos salões, pelo serviço de copa e da bateria que representava grande parte dos gastos.

A partir da segunda metade do século XIX o carnaval passa a ser festejada através das sociedades carnavalescas, organização de pessoas de classe média e alta, que desfilavam fantasiadas, com carros e bandas de música, nesse momento se apresenta a rivalidade até mesmo entre os grandes costureiros da época que demonstravam o domínio da sua arte através das fantasias que confeccionavam (QUEIROZ, 1999). Foi no início do século XX que apareceram os corsos, desfiles de carros, com uso de fantasias que surgidos no Rio de Janeiro rapidamente servem de modelo para a elite de diferentes cidades do Brasil. Todas estas formas de brincar o carnaval passaram a ser conhecidas, segundo Queiroz (1999), como “Grande Carnaval”, distinção entre um carnaval popular e a maneira de brincar da elite. Muitos interesses estavam em jogo nesse momento inclusive o interesse pelo lucro, a partir do advento dos bailes carnavalescos o comércio local da cidade passar a perceber as possibilidades de comercialização de produtos ligados a festa (FERREIRA, 2004).

Enquanto a elite construía seu carnaval inspiradas em recriações de modelos europeus da festa, as camadas populares, que nos festejos da elite tinha o papel de espectador, criaram novos modelos de brincar o carnaval. Inspirados pelas sociedades carnavalescas, as classes populares passaram a se organizar em blocos, cordões e ranchos. Nascia, então, o “Pequeno Carnaval”, considerado pela elite menos civilizado que o “Grande Carnaval” (QUEIROZ, 1999). Os ranchos, blocos e cordões podem ser pensados como permanências de festejos religiosos. Os ranchos além de sucesso nas classes populares passam a ser um modo de brincar o carnaval também de uma parcela da intelectualidade (GÓES, 2013), considerados em comparação com blocos e cordões expressões carnavalescas mais civilizadas.

O “Grande Carnaval” exigia uma estrutura maior envolvendo diferentes áreas e estabelecendo um ciclo econômico próprio enquanto o “Pequeno Carnaval” também o fazia só que de maneira mais modesta. Pequenos comerciantes das ruas pelas quais os ranchos, blocos e cordões passavam se associavam e ajudavam os respectivos cortejos com contribuições financeiras, sabendo que quanto melhor fosse a festa realizada aos arredores de seus comércios mais valorizado seria o local no qual suas lojas estavam inseridas,

o que interferiria diretamente na rentabilidade e no lucro adquirido (FERREIRA, 2004). Além de outros pequenos comércios se voltarem especificamente para os produtos que passam a ser mais requeridos durante essa época do ano. Por exemplo, produtos para que as pessoas confeccionassem a sua própria fantasia, já que não podiam acessar o serviço dos costureiros da elite, ornamentos para as ruas, decoração para os carros de desfiles, confete e serpentina. É interessante destacar, contudo que esse interesse comercial que passa a se apresentar mais visivelmente no carnaval de rua carioca é uma consequência do interesse geral da sociedade pela festa, uma consequência dos desfiles que reuniam cada vez mais um maior número de participantes além da influência dos mais variados grupo e Grandes Sociedades (FERREIRA, 2004)

No final da década de 1920 surgiram as primeiras escolas de samba. Pode-se pensar nas escolas de samba como uma síntese de todas essas outras formas de brincar o carnaval. A primeira escola de samba nasceu no bairro do Estácio de Sá, em 1928, e foi batizada de Deixa Falar. Como havia perto dela uma escola normal, resolveram denominá-la de escola de samba, porque formaria professores do gênero (DINIZ, 2006). O que ficou conhecido como o primeiro desfile das escolas de samba foi um evento promovido pelo jornalista esportivo Mário Filho, em 1932, na Praça Onze. O desfile contou com dezenove escolas de samba. A Mangueira foi a vencedora desse primeiro desfile. O governo identificando o potencial do carnaval como forma direta de comunicação com o povo, passou a incentivá-lo e organizá-lo (GÓES, 2013).

Assim o carnaval das escolas de samba ganhou novas proporções e em pouco tempo passou a desfilar em grandes avenidas da cidade do Rio de Janeiro, até ganhar espaço próprio em 1984 com a construção do Sambódromo. Mobilizando pessoas de diferentes classes sociais o carnaval das escolas de samba passou a ser reconhecido nacional e internacionalmente como uma das grandes festas do Brasil, em especial da cidade do Rio de Janeiro. Com orçamentos milionários, variando entre 3,5 e 7 milhões de dólares, o carnaval das escolas de samba tornou-se evento de proporções gigantescas e que mobiliza valores impressionantes, além de hoje estabelecer um mercado que não para mais entre as realizações anuais da festa, a própria construção da Cidade do Samba em 2003 e todas as atividades que ali são realizadas exemplificam esse fato.

A construção histórica dos blocos de rua é um pouco mais híbrida dentro dessa macro-historiografia. Junto com o Grande Carnaval passaram a existir os ranchos carnavalesco bem como os cordões carnavalescos, sendo estes primeiros interpretados como uma forma mais organizado dos últimos (NOBREGA FERNANDES, 2001). É a partir de um esforço dos intelectuais nacionalistas em arrumar a “confusão carnavalesca” que os ranchos vão ser classificados como grupos mais sociáveis e os blocos e cordões como um carnaval descontrolado, sendo os cordões ainda piores do que os blocos. Com o crescimento e fortalecimento do carnaval das escolas de samba, e como os cordões eram mal vistos, estas outras formas de brincar vão desaparecendo, sendo os cordões extintos ainda no início do séc. XX e os ranchos apenas no final do séc. XX.

Os blocos de rua passam por um processo de enfraquecimento e esvaziamento nas décadas de 1960 a 1980, apesar de não existir um consenso sobre o que motivou esse processo Marques (2005) nos apresenta alguns indicativos para esse declínio. O fator político é de grande influência, pensando que a ditadura deixa o país em “um clima de tristeza e obscurantismo”, sendo o Rio de Janeiro um dos principais espaços de resistência e disputa, além disso, o samba começa a perder lugar para o rock que invade o país nas programações de TV e rádio. Sendo outros fatores o crescimento desordenado da cidade e a mudança na gestão das escolas de samba. (MARQUES, 2005).

Assim como Marques (2005) nos apresenta possibilidades para o declínio do carnaval de rua do Rio de Janeiro, Herschmann (2013) nos mostra possíveis razões para a sua revitalização a partir do final da década de 1980: o início do circuito cultural da Lapa, com o surgimento de novas casas de samba; a criação de blocos com um “perfil mais jovem e renovado” (p. 277); o sentimento de que deveria ser resgatada uma tradição; e o crescimento da sensação de segurança nas ruas são algumas das principais razões (HERSCHMANN, 2013).

No início do século XXI é possível perceber um outro momento de fortalecimento dos blocos através da expansão temporal e espacial de sua realização (HERSCHMANN, 2013). A primeira expansão “de fato explicitada pela Prefeitura, é de dar à temporada do verão no Rio de Janeiro uma aura festiva permanente, fazer perdurar durante a maior parte da estação o espírito carnavalesco,(...) contínuo, sem rupturas e uno” (PRESTES FILHO, 2012). Enquanto a expansão espacial é representada pelo crescente número de blocos, principalmente na região da Zona Sul, “a sensação (...) é que a cidade está 'quase' sitiada pelos foliões” (HERSCHMANN, 2013). É a partir desse contexto que chegamos à realidade do carnaval de rua contemporâneo do Rio de Janeiro.

O período de fortalecimento dos blocos de rua aponta também para um fortalecimento do comércio no centro da cidade na época que precede a festa e durante a festa,além da própria movimentação do comércio ambulante,oficial ou não. O comércio urbano passa a fornecer os mais diversos materiais e objetos que servem a brincadeira de rua. Desde objetos como confetes, serpentinas, entre outros, até materiais primários para confecção de fantasias das mais diversas possíveis e materiais para decorações das ruas e ornamentação dos próprios blocos. Voltando um pouco ao que existia na época do pequeno carnaval, que mesmo diante de estruturas mais elaboradas do Grande Carnaval estabelecia relações mais íntimas e individuais com a festa a partir da própria forma de se comercializar.

Os blocos de carnaval de rua na cidade do Rio de Janeiro podem reunir atualmente tanto pequenos grupos de amigos que se juntam para brincar o carnaval – lembrando o carnaval de outros tempos – como também mobilizar um grande número de foliões e um alto valor de investimento para fazer brincar dois milhões de pessoas atrás do bloco – como o mais antigo bloco em funcionamento o Cordão do Bola Preta. Com diferentes graus de organização e profissionalização o carnaval dos blocos de rua no Rio de Janeiro é

hoje uma das expressões mais mobilizadoras do brincar carnavalesco, ao mesmo tempo que faz parte do entendimento, por parte do poder público, da festa carnavalesca como um megaevento anual da cidade.

Podemos observar então que através do processo histórico do carnaval carioca a existência de práticas comerciais e mercantis sempre estiveram presentes na esfera da festa, o movimento que atualmente vem se estabelecendo contudo se diferencia, a festa deixa de abrigar produtos para se tornar o próprio produto mercantil. Percebe-se primeiramente esse movimento no carnaval das escolas de samba, como já foi falado acima, entretanto é importante perceber também esse movimento também no carnaval de rua carioca que através de tentativas institucionais, públicas ou não, de fortalecerem a festa além de outros movimentos intrínsecos a festa tem mostrado essa realidade, bem como a própria associação da festa ao turismo o que a revela como negócio (AMARAL, 1998).

Os próprios blocos de rua que representam partículas da festa tem sido transformados em produtos mercantis gerados dentro de escritórios e não mais em mesas de bar, através de acordos entre produtores e artistas e não mais entre risadas de amigos, pensando primeiro na estrutura e em sua própria projeção e não vivendo esta etapa enquanto uma consequência possível ou não. A festa carnavalesca passa a ser colocada como um caminho para a obtenção de lucro e não mais apenas associada a possibilidade de lucro, o que a transforma em produto para além da vivência.além da associação da festa ao turismo o que a coloca em posição de negócio.

Carnaval da Dádiva: Festa, Sociabilidade e Identidade

A festa como objeto de estudo já foi pensada como espaço de superação da distância entre os indivíduos, suscitando um estado de *efervescência coletiva* (DURKHEIM, 1996). Desta forma, as festas se aproximavam dos ritos religiosos como lugar da reafirmação das crenças grupais e das regras que regem a sociedade, estabeleceu-se, assim, uma teoria religiosa da festa. A festa, segundo a teoria de Durkheim e de outros teóricos que seguem a sua corrente, tem como função reestabelecer a ordem social, mesmo que para isso seja necessário criar um momento de destruição das diferenças entre os indivíduos através deste espaço ritual que é a festa (AMARAL, 1998). Pensar o carnaval de forma ampla, e especificamente o carnaval dos blocos de rua, como festa, é compreender esta forma e espaço de brincar como lugar de encontro, de trocas simbólicas e afetivas entre iguais.

A festa também foi pensada como espaço de negação da ordem social e a partir dela de possibilidade de mudança (DUVIGNAUD, 1983). Duvignaud (1983) reconhece o poder subversivo e de ruptura que a festa pode representar, o que faz com que, segundo o autor, ela perca espaço na sociedade capitalista. A situação atual do carnaval dos blocos de rua na cidade do Rio de Janeiro demonstram que a sociedade capitalista não só continuou valorizando a festa como a transformou em produto a ser vendido, mercantilizando, assim, o carnaval. Mas mais que somente uma festa mercantilizada a enorme adesão a

brincadeira que a festa proporciona demonstra o quanto o carnaval dos blocos de rua pode ser pensado como espaço da festa, da construção de identidades e de formas de sociabilidade específicas.

Foram fundados, no período de 2000 a 2014, 294 novos blocos de carnaval de rua demonstrando o *boom* dos blocos defendido por Herschmann (2012). O crescimento significativo da fundação dos blocos de carnaval de rua na cidade do Rio de Janeiro demonstra bem a vitalidade e a redescoberta que esta forma de brincar o carnaval está apresentando desde o início dos anos 2000. No ano de 2014, 466 blocos foram autorizados pela Prefeitura Municipal do Rio de Janeiro para realizarem seus desfiles, 465 blocos de fato encheram as ruas cariocas mobilizando mais de cinco milhões de foliões. O período do carnaval atualmente vai muito além da semana do Rei Momo, no dia nove de fevereiro, quase um mês antes da semana de carnaval, as regiões da Grande Tijuca, Zona Sul e Ilha do Governador já tiveram blocos percorrendo as ruas. No dia 12 de fevereiro ocorreu a “Abertura não oficial do Carnaval de Rua do Rio de Janeiro”, evento que ocorreu na Praça XV, centro da cidade, reunindo mais de seis mil pessoas, foi organizada por uma das ligas de blocos de carnaval da cidade do Rio de Janeiro, a Desliga dos Blocos. Esses números nos apresentam o quanto a festa carnavalesca permanece fazendo sentido para as pessoas que nela brincam, continuam podendo ser pensadas como um momento de catarse coletiva e de coesão social.

Bakhtin (2010) compreende a festa como característica primeira e indestrutível da civilização humana por ser isenta de sentido utilitário e por usar de jogos, disfarces, risos, dança e etc. Desta forma, a festa possibilita que se exponha uma visão não oficial da sociedade, que se tenha a abolição, por um período determinado das hierarquias e diferenças. O carnaval é, segundo o autor, a festa popular mais antiga e bem conservada. Na mesma linha de interpretação da festa e do carnaval, Burke (2010) defende o carnaval como o momento de alteração da hierarquia e do status, o que o autor classifica de *mundo virado de cabeça para baixo*, gerando ambiguidades e ambivalências. DaMatta (1997) em seu estudo clássico sobre o carnaval no Brasil também parte da ideia da festa como um espaço de inversão, onde a sociedade brasileira nega e reitera a sua organização.

A festa é pensada por Burke (2010) também como o espaço e tempo que se contrapõe ao cotidiano. A festa pressupõe, assim, divertimento e fuga do cotidiano, constrói-se como espaço de lazer em oposição ao tempo e espaço do trabalho (AMARAL, 1998). Este espaço de lazer caracteriza-se por um lugar privilegiado de manutenção das identidades sociais e de sociabilidades específicas (MAGNANI, 1998). E por estar em oposição ao trabalho também pode ser pensada através da oposição entre economia (mundo do trabalho) e desperdício (mundo da festa). O carnaval pensado como uma temporalidade diferente do cotidiano possibilita a criação de uma sociabilidade específica e de identidades sociais atreladas a ele. Magnani (1998) afirma que os espaços de lazer possibilitam o encontro entre iguais, detentores de uma mesma identidade.

A identidade carnavalesca criada a partir da experiência de brincar o carnaval de rua na cidade do Rio de Janeiro é construída a partir da valorização de uma forma tida como mais “tradicional”, “autêntica” e “espontânea” de se estar na festa de Momo. Esta identidade carnavalesca construída a partir da experiência

nos blocos de carnaval de rua na cidade do Rio de Janeiro será aqui denominada de *brincantes dos blocos*. Os *brincantes dos blocos* estão à procura de uma prática tradicional ligada a uma visão da festa como espaço de iguais em que seguir o bloco é parte integrante do carnaval, mais do que somente espectadores os *brincantes dos blocos* são os responsáveis pela construção da narrativa carnavalesca. A identidade dos *brincantes dos blocos* é construída a partir da oposição a outras duas formas de brincar o carnaval: o das escolas de samba e o carnaval da Bahia. Tanto a alteridade construída a partir das escolas de samba quanto a estabelecida pela oposição com relação ao carnaval baiano está vinculada a um combate ao tratamento mercantilizado com que o carnaval tem sido tratado. É negado, pelo menos na ordem do discurso, o tratamento do carnaval dos blocos de rua como produto que deva ser comercializado. O discurso da retomada da “tradição”, de um modo mais “autêntico” e “espontâneo” de brincar o carnaval passa a ser fundamental para a construção dessa identidade que não é a dos foliões das escolas de samba com suas fantasias compradas e com cada vez menos vinculação com a escola, nem a do carnaval baiano com a venda de abadas e cordas que criam distinções e hierarquias entre os foliões. O discurso dos *brincantes dos blocos* está vinculado ao retorno a um passado mítico da realização da festa como espaço único de sociabilidade, entendido aqui como de mercantilização no carnaval, e não da festa como objeto de consumo, ou da mercantilização do carnaval.

Torres (2000) entende o lazer enquanto uma importante prática de sociabilidade que permite a criação de vínculos entre as pessoas e os espaços urbanos. O carnaval talvez seja a mais importante prática de lazer e de sociabilidade com a criação de vínculos não somente entre os *brincantes dos blocos* como também entre estes mesmos sujeitos e a cidade. O carnaval dos blocos de rua passa a ser, então, um ambiente privilegiado de criação destes vínculos já que por acontecer na rua ele apresente uma vinculação direta dos blocos com as regiões da cidade em que desfilam e do qual tem sua origem. Identificamos o protagonismo da Zona Sul e do Centro do Rio de Janeiro no carnaval dos blocos de rua na cidade do Rio de Janeiro. São essas duas regiões que concentram maior parte do público: 53% do público geral podem ser encontrados no Centro e 27% na Zona Sul. E são elas também que concentram a maior quantidade de blocos: 32% dos blocos desfilam pelas ruas da Zona Sul, enquanto 20% desfilam pelas ruas do Centro.

Com um discurso de valorização da tradição uma das ligas de blocos carnavalescos denominada *Desliga dos Blocos* defende a ocupação da cidade, e conseqüentemente do espaço público, de forma “espontânea”, sem normas e legislações, sem interferência do poder público. Eles defenderam em manifesto publicado no *blog* da organização em 2010 que:

O carnaval de rua é festa do povo. É feito pelo povo e para o povo. Manifestação de espontaneidade, criatividade genuína e espírito livre. Nos dias de folia devemos respeito à Sua Majestade, o Momo. Não ao personagem raquítico que ultimamente tenta nos ensinar a brincar, como se ele próprio soubesse, mas ao mitológico, roliço, guloso, amante dos prazeres da carne e da alma, àquele que nos mostra que, ao contrário do que muitos pensam, no carnaval é quando se tiram as máscaras. Assim, há uma troca de ordem. Sai de cena a ordem

careta, elitista e monetarizada e, em seu lugar, entra a ordem de Momo e a ordem do Rei é sambar quatro dias sem parar.

[...]

O decreto 32664 da Prefeitura aprofunda o ataque à liberdade criativa e à espontaneidade do carnaval do Rio e o processo de "bahianização" da festa, ao obrigar os blocos a pedir autorizações com seis meses de antecedência e a cumprir inúmeras exigências, que arrepiariam até mesmo uma empresa estabelecida, ainda mais os pequenos blocos. A essência está sendo sufocada pelo dinheiro.

Manifestamos aqui que não reconhecemos esse decreto que, além de tratar desiguais como iguais, fere a Constituição e a tradição e cultura do povo carioca.

Desliga dos Blocos do Rio de Janeiro – Manifesto Momesco

Compartilhando com Lefebvre (1991) o argumenta de que todos possuímos direito à cidade:

O *direito a cidade* não pode ser concebido como um simples direito de visita ou de retorno às cidades tradicionais. Só pode ser formulado como *direito à vida urbana*, transformada, renovada. Pouco importa que o tecido urbano encerre em si o campo e aquilo que sobrevive na vida camponesa conquanto que 'o urbano', lugar de encontro, prioridade do valor de uso, inscrição no espaço de um tempo promovido à posição de supremo bem entre os bens, encontre sua base morfológica, sua realização prática sensível. O que pressupõe uma teoria integral da cidade e da sociedade urbana que utilize os recursos da ciência e da arte.

(LEFEBVRE, 1991, pp. 116 e 117)

Essa apropriação da cidade pela festa é defendida pela *Desliga dos Blocos* como um direito, o único durante o ano, em que o povo pode vivenciar a cidade de outra forma. A cidade, que durante o tempo do cotidiano se mostra excludente e segregadora, no tempo da festa, ou seja, durante o carnaval de rua, transforma-se em um espaço e um tempo próprio. É na defesa dessa espacialidade e temporalidade própria do carnaval de rua que a *Desliga dos Blocos* constrói seu argumento contra a mercantilização do carnaval carioca dos blocos. Este direito a cidade não é somente de vivenciar seus espaços físicos, sua urbanidade, mas de poder manifestar-se. Um dos momentos intenso de crescimento dos blocos de carnaval de rua na cidade do Rio de Janeiro, se deu no início da década de 1980, período de abertura política do governo militar e de redemocratização do país. Os blocos que foram fundados nesse período ganharam novas características, foram organizados por jovens de classe média e intelectualizados e músicos consagrados do cenário nacional, eles começavam a ver no novo panorama político a possibilidade de saírem novamente às ruas e de se expressarem. Esta primeira retomada do carnaval dos blocos de rua do Rio de Janeiro começou com o bloco *Clube do Samba*, em 1979, e blocos que foram se desdobrando como o *Bloco dos Barbas*, fundado em 1981, o bloco *Simpatia é quase amor*, de 1985, o *Bloco de Segunda* e o *Suvaco do Cristo*, ambos fundados em 1986. Os sambas compostos para esses blocos dialogavam com o contexto social e político do país (PIMENTEL, 2002). O samba de modo geral, as marchinhas especificamente, se prestavam para falar e criticar da situação econômica, social e política do ano anterior ao carnaval com tom de brincadeira e de jocosidade. Atualmente alguns blocos de carnaval ainda preservam o caráter jocosos das marchinhas

carnavalescas, mas o que ganhou força com o *boom* dos blocos de carnaval, vivido a partir dos anos 2000, foram as fantasias com temáticas sociais, econômicas e políticas.

Fantasias e músicas que falam e que são compreendidas por aqueles que possuem os códigos para decifrá-los. Os códigos compartilhados entre iguais faz com que pessoas estejam em um mesmo grupo, construam uma mesma identidade, se entendam e se reconheçam enquanto *brincantes dos blocos*. Estes reconhecem e valorizam o carnaval como um espaço privilegiado de encontro, de trocas simbólicas e afetivas, de práticas de sociabilidade. Sociabilidade entendida como:

Aqui a ‘sociedade’ propriamente dita é o estar com o outro, para um outro, contra um outro que, através do veículo dos impulsos ou dos propósitos, forma e desenvolve os conteúdos e os interesses materiais ou individuais. As formas nas quais resulta esse processo ganham vida própria. São liberadas de todos os laços com os conteúdos; existem por si mesmas e pelo fascínio que difundem pela própria liberação desses laços. É isso precisamente o fenômeno a que chamamos sociabilidade. (SIMMEL, 1983, p. 168)

O mito fundador da maioria dos blocos de carnaval passa pela reunião de um grupo de amigos que busca alguma forma específica e particular de brincar o carnaval e, com essa justificativa, multiplicaram-se blocos de carnaval de rua na cidade do Rio de Janeiro desde a década de 1980. A necessidade da sociabilidade entre iguais, a valorização maior da interação, apresenta-se como o motivador da criação dos blocos. Ou como diz Simmel (1983) “visto que é abstraída da arte ou do jogo, a sociabilidade demanda o mais puro, o mais transparente o mais eventualmente atraente tipo de interação, a interação entre iguais” (p. 173). O bloco representa assim a possibilidade do encontro entre amigos, dos encontros amorosos, enfim, dos encontros entre iguais. O encontro e a conversa com amigos são fundamentais para os blocos, são o que Simmel (1983) entende como “o legítimo propósito de si mesma” (p. 177), a conversa tem na sociabilidade como único objetivo ela mesma, é uma forma pura de reciprocidade. Reciprocidade que ajuda a estabelecer vínculos (MAUSS, 2003) e preserva a relação entre os grupos. Os blocos de carnaval de rua na cidade do Rio de Janeiro podem ser compreendidos, segundo Mauss (1979), como ações simbólicas, pois:

[...] todas as expressões coletivas, simultâneas, de valor moral e de força obrigatória dos sentimentos dos indivíduos e do grupo, são mais que meras manifestações, são sinais de expressões entendidas, quer dizer, são linguagem. Os gritos são como frases e palavras. É preciso emití-los, mas é preciso só porque todo o grupo os entende. É mais que uma manifestação dos próprios sentimentos, é um modo de manifesta-los aos outros pois assim é preciso fazer. Manifestar-se a si, exprimindo aos outros, por conta dos outros. (MAUSS, 1979, p.153)

Por serem espaço de construção de identidades, de formação e manutenção de grupos, de práticas de sociabilidade específicas os blocos de carnaval de rua transformam-se em lugares de trocas sociais, simbólicas e afetivas. Desta forma, não podemos pensar somente no carnaval dos blocos de rua na cidade do

Rio de Janeiro como produto sendo vendido, mas também como espaços de interação e criação de vínculos fundamentais para aqueles que brincam o carnaval.

Carnaval das Trocas Múltiplas: Entre o Racionalismo Econômico e a Reciprocidade

A retomada do carnaval dos blocos de rua na cidade do Rio de Janeiro a partir da tensão entre comercialização/mercantilização e valorização da festa, entendendo essa como a preservação da tradição, atualiza a discussão teórica sobre o carnaval como um espaço e tempo diferenciados do cotidiano, do trabalho, da cidade. Pensar a economia das trocas nos blocos de carnaval de rua na cidade do Rio de Janeiro é problematizar o espaço das manifestações festivas no cotidiano das pessoas, seus significados, suas representações, seus imaginários. E pensar o universo das trocas não só em termos econômicos, mas social, político, simbólico e afetivo. Partindo dessa compreensão indicamos a impossibilidade de se entender o carnaval para as pessoas que o vivenciam a partir da simplificação da discussão pautada pelo utilitarismo das trocas econômicas, seja de uma mercantilização no carnaval como de uma mercantilização do carnaval. O carnaval dos blocos de rua hoje na cidade do Rio de Janeiro só poderá ser problematizado a partir da compreensão de que além das trocas econômicas existem trocas simbólicas que criam laços entre as pessoas, que as vinculam a determinado bloco, determinada forma de se brincar o carnaval.

Godbout (2002) constrói a relação entre o dom e as teorias sobre as trocas. Através deste esforço o autor estabelece algumas aproximações e muitas diferenciações entre o conceito de dom e as duas principais teorias sobre a troca: as teorias econômicas utilitaristas e as teorias sociais holistas. A primeira destas teorias defende que as trocas acontecem através de atos racionais, livres e interessados. Os membros que realizam as trocas possuem liberdade de escolha e de relacionar-se, a troca requer a liquidação imediata e permanente da dívida. E sendo cada troca completa ela não cria um vínculo entre os membros que a efetivaram. Já a teoria holista busca explicar a necessidade da dádiva não pela busca de interesse, mas que ela se faz necessária devido à interiorização de normas e valores presentes na sociedade em que o indivíduo está inserido. Sendo assim, o indivíduo é obrigado, não possui liberdade com relação à troca.

Godbout (2002) defende que nem um destes dois paradigmas dá conta de explicar a complexidade das relações presentes no dom. A dádiva, para o autor, é ao mesmo tempo livre e regrada, acontecem devido à interesses pessoais e também às normas interiorizadas socialmente. A partir destas distinções o autor indica alguns elementos importantes pra compreensão do significado atual da dádiva. Primeiro que a dádiva é baseada na dívida o que a diferencia por completo do sistema mercantil. O dom é utilizado como forma de distinguir-se e, também, de relacionar-se com o outro. Os atores que praticam o dom, segundo o autor, sentem prazer nesta prática. Existe liberdade no dom, tanto em dá-lo quanto em retribuí-lo, é esta liberdade diminui o peso da obrigação do dom e da sua própria existência enquanto regra social implícita.

É a partir desta crítica ao utilitarismo econômico que o pensamento de Allain Caille (2006) sobre o dom inicia buscando compreender qual é o conceito mínimo de dom e como se dá a sua relação com os conceitos de interesse e desinteresse. O dom parte sendo compreendido como toda troca que se realiza sem esperar um retorno determinado e que busca criar um elo social e segue seu pensamento através da análise de pensadores que buscaram compreender esta questão. Caille (2006) conclui seu texto afirmando que a grande questão envolvendo o dom não é o que move o doador e sim a escolha de quem vai receber a doação.

Bourdieu (2005) foca sua análise sobre o dom na questão de que se é possível um ato desinteressado. Explicando a etimologia das palavras o autor defende que o ato só é desinteressado para quem não domina as regras presentes no jogo das trocas sociais, mas, ao mesmo tempo, critica a visão utilitarista que simplifica a troca a um mero e racional interesse de lucro e a universalização do lucro. Bourdieu (2005) defende que o interesse está presente em qualquer campo onde as trocas existem, mas muitas vezes ele é incorporado através do *habitus* não sendo assim um ato racional. É justamente através da apreensão das regras, ou interesses, presentes no campo do qual se faz parte que se torna possível a troca de capital simbólico. O ato desinteressado da troca só é possível em sociedades que possuam um *habitus* onde o desinteresse seja valorizado e, desta forma, retribuído e valorizado.

Compartilhamos com esses autores o entendimento de que só podemos pensar o carnaval dos blocos de rua do Rio de Janeiro a partir do entendimento destes como espaços de trocas sociais, simbólicas e afetivas que se fundam na vinculação a um grupo específico com identidades e sociabilidade própria. Todavia não podemos desconsiderar que sempre existiu as trocas econômicas com fins imediatos e lógicas racionais. Assim como atualmente ocorre uma transformação do próprio carnaval em produto a ser vendido e comercializado sem criação de vínculos mais duradouros com o carnaval. Para entender essa multiplicidade de trocas presentes no carnaval dos blocos que a noção de *mercados múltiplos* permite pensar nosso objeto de estudo a partir de dois enfoques, um universalizante, ligado às lógicas racionais, visível a partir do discurso da mercantilização/comercialização do carnaval, e o outro baseado em processos individualizantes, o que Zelizer (1992) denomina de mercados particulares, visível na valorização das práticas tradicionais da festa, da sociabilidade e da criação de identidade.

Segundo Zelizer a teoria dos mundos hostis e a das esferas separadas são gêmeas (2007) e são advogadas por um grupo de pensadores que acreditam que quando as diferentes esferas, lógica/subjetivista, razão/sentimento, dinheiro/intimidade, entram em contato elas se corrompem. Essa visão tem sido predominante desde o século dezenove, se fortalece na sociedade capitalista industrial e assume novas formas no capitalismo contemporâneo pós-guerra (ZELIZER, 2007).

Em toda relação diferentes laços são estabelecidos como forma de diferenciar as relações entre si (ZELIZER, 2007), assim também acontece nas relações que são estabelecidas dentro do universo do carnaval de rua carioca, sendo o laço econômico um dos que se encontram nessas diferentes relações que possuem um constante movimento de interação e troca no qual é impossível separar esferas apenas

especializar o olhar para que alguns laços ao serem mais fortalecidos que outros não mudem toda a configuração da rede que é tecida como a festa de rua carioca.

Referências Bibliográficas

- BAKTHIN, Mikhail. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento*. Brasília: Ed. Da UnB, 1993.
- BOURDIEU, Pierre. *Razões Práticas: Sobre a Teoria da Ação*. Campinas: Papyrus, 2005.
- BURKE, Peter. *Cultura Popular na Idade Moderna*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- CAILLÉ, Alan. O Dom entre o Interesse e o “dessinteressamento”. In: MARTINS, Paulo Henrique, BIVAR, Roberta Campos. *Polifonia do Dom*. Recife: Editora Universitária da UFPE, 2006.
- DAMATTA, Roberto. *A Casa e a Rua*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.
- DINIZ, André. *Almanaque do Samba: A História do samba, o que ouvir, o que ler, onde curtir*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.
- FERREIRA, Felipe. Festejando. In: *Revista Observatório do Itaú Cultural*. Nº 14. São Paulo: Itaú Cultural, 2013.
- _____ O Livro de Ouro do Carnaval Brasileiro, Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.
- GODBOUT, Jacques. Homo donator versus homo peconomicus. In: MARTINS, Paulo Henrique (org.). *A Dívida entre os Modernos: Discussão sobre os fundamentos e as regras sociais*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- GÓES, Fred. Brasil: O país de muitos carnavais. In: *Revista Observatório do Itaú Cultural*. Nº 14. São Paulo: Itaú Cultural, 2013.
- HERSCHMANN, Micael. Apontamentos sobre o crescimento do Carnaval de rua no Rio de Janeiro no início do século 21. In: *Intercom – RBCC*. São Paulo, v. 36, nº. 2, jul./dez. 2013.
- MAGANANI, José Guilherme C. *Festa no Pedacço: Cultura Popular e Lazer na Cidade*. São Paulo: Hucitec/ UNESP, 1998.
- MARQUES, Márcio. A Revitalização do Carnaval de Rua do Rio de Janeiro. In: <http://www.samba-choro.com.br/debates/1114908790>, Março, 2005, acesso em 01/05/2014.
- MAUSS, Marcel. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.
- _____ A Expressão Obrigatória dos sentimentos. In: OLIVEIRA, Roberto Cardoso de. *Mauss: Antropologia*. São Paulo: Ática, 1979.
- NÓBREGA FERNANDES, N. da. Escolas de Samba: sujeitos celebrantes e objetos celebrados. In: *Coleção Memória Carioca*, Vol. 3, Prefeitura do Rio de Janeiro, 2001.

PRESTES FILHO, Luiz Carlos. A Economia Criativa do Carnaval. In: *XXVI Fórum Nacional - Instituto Nacional de Altos Estudos*, Maio 2012.

PIMENTEL, João. Blocos, Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. *Carnaval Brasileiro: O vivido e o mito*. São Paulo: Brasiliense, 1999.

SIMMEL, George. Sociabilidade – um exemplo de sociologia pura e formal. In: MORAES FILHO, Evaristo. *George Simmel: Sociologia*. São Paulo: Ática, 1983.

TORRES, Lilian de Lucca. Programa de Paulista: Lazer no Bexiga e na Avenida Paulista com a Rua da Consolação. In: MAGNANI, José Guilherme C. e TORRES, Lilian de Lucca. *Na Metrópole: Textos de Antropologia Urbana*. São Paulo: Fapesp, 2000.

ZELIZER, Viviana. Repenser Le marche: La construction sociale du ‘marché aux bébés’ aux États-Unis, 1870-1930. In: *Actes de la recherche en Sciences Sociales*. Nº. 94, p. 3 – 26. Set., 1992.

_____ Encounters of Intimacy and Economy. In: *The purchase of intimacy*, New Jersey: Princeton University Press, 2007.

<http://desligadosblocos.blogspot.com.br/2010/09/manifesto-momesco.html>, acesso em 02 de junho de 2014.