

## CARNAVAL S.A.: A FESTA DOS MEDIADORES CULTURAIS

Fred Góes

Esta comunicação tem como foco central a reflexão sobre a atuação dos mediadores culturais em alguns dos diferentes segmentos da estrutura organizacional do desfile das escolas de samba do Rio de Janeiro, com o objetivo de identificar em que medida esta intermediação corrobora a transformação da festa popular espontânea em atividade empresarial complexa da indústria cultural, em que o desfile passa a representar o resultado final do desempenho de uma equipe de profissionais de diversos setores ao longo do ano.

A atuação dos novos mediadores culturais no seio da sociedade de consumo contemporânea vem sendo objeto de interesse de inúmeros estudiosos, dentre os quais destacamos Pierre Bourdieu, Mike Featherstone, Laura Bovone, Sarah Purvis e Justin O'Connor. Identificados algumas vezes como “novos intelectuais”, como faz Bourdieu<sup>1</sup>, na linha da classificação gramsciana de “intelectuais orgânicos”, tal atributo se configura de forma imprecisa em nosso estudo de caso, da mesma maneira que não dá conta, por exemplo, dos produtores e divulgadores da cultura pop, como bem observa Sarah Purvis<sup>2</sup> em artigo sobre os figurinistas de Manchester. A denominação cabe para identificar um grupo eclético de indivíduos que, no mundo atual dos bens culturais e modos de vida estilizados, detêm o conhecimento de disseminar e produzir bens simbólicos e culturais para o maior público possível no contexto da classe média emergente, sem que, para isso, tenha, obrigatoriamente, um “capital cultural” semelhante ao dos que possuem educação formal especializada. Em grande parte dos casos, no entanto, exige-se que sejam pessoas criativas e com sensibilidade aguçada para detectar o que está para ocorrer no futuro próximo em termos de tendências e

---

<sup>1</sup> BOURDIEU, Pierre. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Tradução de Richard Nice. Londres: Routledge & Kegan Paul, 1984.

<sup>2</sup> PURVIS, Sarah. New cultural intermediaries. Manchester's pop fashion Designers. *Mode*. Milão: Franco Angeli, p.291-309, 1977.

soluções a partir da observação do que acontece no presente. Eles funcionam no âmbito da cultura como agentes interessados (*brokers*) capazes de transformar um determinado discurso em outro, resignificando-o. São os novos formadores de opinião e do gosto. São o termômetro do que é “in” e “out”. São, enfim, personagens que, na dialética entre cultura de elite e cultura popular, transitam entre mundos diversos e tanto podem ser arautos da ideologia dominante, quanto porta-vozes das revoltas populares.

Atuando em uma variada gama de atividades, os mediadores culturais são agentes de transformação da sociedade de consumo em várias instâncias como, por exemplo, no universo das comunicações; no universo biomédico; no gigantesco universo da indústria cultural de entretenimento, só para nos restringirmos ao âmbito que aqui nos interessa.

O carnaval das escolas de samba é, indubitavelmente, uma das manifestações que mais nos identifica culturalmente tanto no plano nacional quanto internacional. Ainda que, no contemporâneo, outras expressões carnavalescas, como os blocos “trieletrizados” da Bahia, tenham se tornado uma nova referência e sejam exemplares empreendimentos empresariais da indústria do entretenimento, o desfile das escolas de samba do grupo especial do Rio de Janeiro continua sendo o paradigma de identificação do carnaval brasileiro. E é nesse contexto das escolas de samba que vamos pontuar a atuação dos mediadores culturais desde a concepção e escolha do enredo à apresentação na passarela. Vamos usar como fonte referencial de exemplificação o desfile do ano de 2002, sempre que se fizer necessário.

É evidente o poder do jogo do bicho sobre as grandes escolas de samba. Conforme observam Fillipa Chinelli e Luiz Antônio Machado da Silva<sup>3</sup> este poder foi obtido lentamente e tornou cada vez mais íntima a relação entre esses dois conjuntos organizacionais. De um lado, está o poder econômico que possibilita as escolas a tornarem-se progressivamente grandes

---

<sup>3</sup> CHINELLI, Fellipa e MACHADO DA SILVA, Luiz Antônio. O vazio da ordem; relações políticas e organizacionais entre as escolas de samba e o jogo do bicho. *Boletim do Laboratório de Pesquisa Social DCS-IFICS-UFRRJ*. Rio de Janeiro, Nº 2. p.1-23, junho 1991.

empresas independentes do poder público, financiadas em boa parte pelas organizações de jogo do bicho e associadas a elas através de direção única e, de outro, está o poder político. No momento em que as escolas tornam-se peças-chave do carnaval carioca, passam a ser importante instrumento eleitoral. O apogeu dessa relação ocorre em 1985 quando é criada a LIESA (Liga Independente das Escolas de Samba), dirigida pela cúpula dos banqueiros do jogo do bicho, que assume a organização geral do desfile, chegando mesmo a interferir no projeto arquitetônico original do Sambódromo, inaugurado em 1984, onde não se havia previsto a construção de cabines para os jurados do desfile ao longo da passarela.

São ainda Chinelli e Machado da Silva que observam que atualmente o modelo de relacionamento entre as escolas e o jogo do bicho apresenta-se de forma extremamente sofisticada e institucionalizada, caracterizada por uma certa “despersonalização”, ainda que a figura do “patrono” continue sendo central e dominante, tanto no que diz respeito às escolas, quanto, mais genericamente, ao conjunto de áreas básicas de atuação do banqueiro.

É a partir dos anos 30, especialmente do primeiro governo Vargas, que se dá o reconhecimento oficial das escolas de samba pelo poder público e, conseqüentemente, intensifica-se um maior poder de controle ideológico e político. É o momento, por exemplo, em que se transfere o desfile da Praça Onze para a Avenida Rio Branco, tornando a apresentação, expressão central do carnaval carioca. Vale ressaltar que o crescimento e a estruturação organizacional das escolas como conhecemos hoje ocorre no período correspondente ao Estado Novo, momento em que se sugere a apresentação de temas nacionalistas, ficando proibidas manifestações abertamente políticas ou reivindicativas e alusões ou críticas a acontecimentos marcantes do cenário nacional. O curioso é que essa interferência do poder público será obedecida por muito tempo, mesmo depois do período da redemocratização. Somente em meados da década de 1990, cai a obrigatoriedade dos temas nacionais.

Desde os meados do século XIX, no entanto, a presença da crítica aos acontecimentos políticos se evidencia de forma constante na história do carnaval brasileiro. Na tradição dos desfiles das Grandes Sociedades, ou préstitos, sempre se apresentava um carro, chamado de carro da crítica, em que personalidades ou fatos da vida pública eram lembrados de forma jocosa. As Grandes Sociedades tiveram também lugar de destaque tanto na luta pela causa abolicionista quanto na campanha republicana. Cabe destacar que muitos intelectuais renomados estiveram envolvidos direta ou indiretamente com essas manifestações carnavalescas. José de Alencar, por exemplo, foi um dos fundadores, em 1855, do Congresso das Sumidades Carnavalescas, Olavo Bilac, posteriormente, escrevia os “pufs” poéticos que descreviam as novidades dos desfiles a cada ano, e Coelho Neto era freqüentador dos Tenentes do Diabo<sup>4</sup>. Funcionavam, portanto, no universo da inversão que caracteriza o carnaval, como mediadores culturais que avalizavam a festa, em tempos de entrudo, forma carnavalesca considerada bárbara e, por essa razão, perseguida pelo poder constituído que, mesmo antes do “bota abaixo” de Pereira Passos, desejava um carnaval à moda européia, um carnaval “civilizado”.

Voltando à questão da mediação cultural no universo das escolas de samba, merece ser sublinhado que foi com consolidação da presença dos banqueiros do jogo do bicho, que garantia o apoio financeiro, e a aliança estabelecida com a academia, leia-se Escola de Belas Artes da UFRJ, que, a partir de 1960, ocorre a grande transformação estética do desfile. É com o acolhimento dos cenógrafos profissionais, indivíduos que criarão a função do carnavalesco que conhecemos hoje, nos barracões das escolas que se observa a mudança radical de um padrão estético de festa para o de espetáculo. Poder-se-ia dizer que se deixa de brincar o carnaval de forma amadora para se fazer o carnaval profissionalmente.

---

<sup>4</sup> GÓES, Fred. *Imagens do Carnaval Brasileiro: do entrudo aos nossos dias. Brasileira da Biblioteca Nacional: guia das fontes sobre o Brasil*. Org. Paulo Roberto Pereira. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional & Editora Nova Fronteira S.A. p.573-588.

Ainda que tenham sido os artistas plásticos, Dirceu e Marie Luise Nery, professores da EBA, os pioneiros profissionais de formação acadêmica a trabalhar no barracão do Salgueiro no início da década de 1950, a estética do espetáculo se consolida no âmbito das escolas de samba com o trabalho desenvolvido pelos cenógrafos e carnavalescos Fernando Pamplona, responsável pelo desfile referencial do Salgueiro, de 1963, que tinha como tema Chica da Silva, e pela pesquisa e introdução de novos materiais nas fantasias, adereços e alegorias. . Com Pamplona, passam a freqüentar os barracões e tornam-se carnavalescas as também professoras da Escola de Belas Artes, Maria Augusta Rodrigues e Rosa Magalhães. Outros artistas como Arlindo Rodrigues, autodidata, criador de uma estética barroca carnavalesca e João Trinta, que trabalhou como assistente de Pamplona, foram os renovadores da estética das escolas de samba, não só no aspecto visual, como também na concepção dos enredos e no modo de produção que, a cada ano, torna-se mais especializado. Segundo informações do professor de indumentária da Escola de Belas Artes, Samuel Abrantes, através de convênio estabelecido entre a EBA e a LIESA, os alunos de cenografia e figurino, fazem aulas práticas em barracões de diversas escolas, e muitos acabam sendo contratados pelas agremiações e se profissionalizando. Esse fato nos parece exemplar no contexto das mediações culturais na medida em que tanto os estudantes de Belas Artes levam um conhecimento especializado para o âmbito do barracão, quanto aprendem um modo de produção específico do carnaval que só é possível conhecer no convívio diário e na prática de realização dos figurinos e alegorias.

A espetacularização estética das escolas de samba se tornou um elemento de tal forma intrínseco a sua concepção que, entre outros aspectos relevantes, no julgamento do enredo leva-se em conta sua dramatização, ou seja, como se dá a realização dramática ou de que forma a espetacularização do tema ocorre harmonicamente.

Não há dúvida que atualmente na concepção do desfile há uma enorme preocupação do carnavalesco com o elemento espetacular, na utilização de todo o tipo de recurso que transmita a sensação de grandiosidade. Nas fantasias, por exemplo, a partir dos anos 70, houve uma verticalização das roupas pela valorização dos esplendores, ombreiras, alegorias de mão e chapéus muito altos. Os carros alegóricos se tornaram cada vez maiores e equipados com recursos técnicos sempre mais sofisticados como cachoeiras, efeitos especiais e iluminação feérica. Não se pode esquecer que tudo é preparado e programado durante um ano para acontecer no tempo, rigorosamente cronometrado, de um pouco mais de uma hora, no preciso espaço entre a entrada da Avenida Marquês de Sapucaí e a Praça da Apoteose ou dispersão. Ainda que a mega-produção tenha que atender algumas exigências técnicas para viabilizar a cobertura televisiva, cujos direitos de transmissão atingem valores astronômicos, sendo parte expressiva da receita da festa, o que se vê na tela, não corresponde ao que acontece ao vivo. Só a experiência daquele momento é capaz de exprimir o verdadeiro sentido do ritual, desvelar seus mistérios e sua multissignificação. Não há fotografia, filme ou gravação televisiva que registre a sagração do acontecimento. Por melhores que sejam os equipamentos e as técnicas empregadas, o recorte, a edição, ainda não se conseguiu transmitir a festa. A metonímia descaracteriza o espetáculo cujo significado está no todo e não na parte, no plano geral e não no close, na dinâmica do gesto e não no flagrante estático.

No ano de 2002, um dos aspectos mais relevantes do desfile foi o intercâmbio de “know-how” cenotécnico realizado entre os carnavalescos do Rio de Janeiro e os produtores da Festa do Boi de Parintins. Foram os artistas amazonenses que introduziram, no carnaval carioca, o conhecimento técnico que permitiu que gigantescas alegorias como Águia da Portela e o Tigre da Porto da Pedra, nos carros abre-alas, se movimentassem de forma quase real e emitissem som em seu desfile. Os artistas de Parintins também transferiram conhecimento técnico para a viabilização de algumas alegorias da Beija Flor. O interessante dessa troca é que

a estética de espetáculo das escolas de samba já havia se consolidado na festa do boi-bumbá. Agora, o movimento se fez em mão inversa. Isso não significa, no entanto, que essa colaboração redunde em descaracterização de uma ou de outra manifestação cultural. Significa, ao contrário, o abrilhantamento das duas festas, já que um dos traços característicos das manifestações populares é exatamente a sua mobilidade, seu descompromisso canônico. Como diziam os versos do samba portelense: “É boi-bumbá/ É boi maneiro/ Garantido e Caprichoso/ No meu Rio de Janeiro”.

Outro aspecto que merece atenção no contexto das escolas de samba na atualidade é o que diz respeito aos produtores de celebridades. O conceito de celebridade em nossos dias ganhou um sentido bastante específico. Não tem mais como referência as pessoas que se notabilizam pelo talento, por algum feito especial ou por um dom específico, como os artistas, intelectuais, atletas, enfim, figuras públicas notáveis. O termo passou a ser empregado nos meios de massa para nomear as pessoas que freqüentam lugares da moda, são de alguma forma excêntricas, têm atributos físicos especiais e buscam a qualquer preço ocupar espaço na mídia, sem que para isso tenham qualquer importância efetiva para a sociedade em qualquer nível. São, na verdade, produtos midiáticos do mesmo quilate dos participantes dos “reality shows” que hoje ocupam espaço nobre na grade de programação das televisões pelo mundo afora.

O surgimento desses espécimes se dá de forma destacada no espaço da passarela do samba durante o desfile das escolas. Nos últimos dez anos, apareceram uns indivíduos que se intitulam descobridores de celebridades em potencial. Esses intermediários ou promotores têm como atividade encontrar nas academias, na praia, nos lugares da moda, pessoas dispostas a expor seus atributos físicos especiais na mídia com vistas a contratos profissionais como modelos ou pseudo-artistas, a partir de uma estratégica campanha de divulgação. São homens e mulheres que se apresentam nus na passarela como verdadeiros outdoors de cirurgões

plásticos e de academias de ginástica para divulgar os extraordinários efeitos dos implantes de próteses, das lipo-esculturas e da musculação, das dietas milagrosas, tornando-se o exemplo mais raso do sentido de celebração da carne que está implícito no conceito de carnaval. No último desfile, a Caprichosos de Pilares homenageava a comemoração dos 230 anos da capital gaúcha com o enredo “Deu pra ti/ Tô em alto astral!/ To com Porto Alegre trilegal!”, a bandeira do Rio Grande do Sul tinha como suporte a pele pintada do corpo nu de uma mulher que se notabilizou por ter se submetido a incontáveis cirurgias plásticas, tendo se tornado o melhor cartão de visitas de seu marido, o cirurgião. A quantidade de silicone usada nas próteses mamárias dos destaques dos carros alegóricos passou a ter quase a mesma importância que o enredo e o samba nas preleções dos comentaristas que cobrem o desfile. O corpo nu, neste espaço, passa a funcionar como fantasia, como travestimento do corpo feminino e do corpo masculino sem que haja, neste caso, a troca de gênero, mas a potencialização do mesmo.

Para finalizar, observamos outro aspecto que merece atenção no atual contexto das escolas de samba no que diz respeito à presença dos patrocínios, tanto os da iniciativa privada, quanto os governamentais e sua interferência na concepção do desfile e na realização do samba enredo.

Em 2002, inúmeras agremiações receberam subsídios financeiros como, por exemplo, a Caprichosos de Pilares, patrocinada pela prefeitura de Porto Alegre, a Grande Rio, pelo governo do Maranhão, com o enredo “Os Papagaios amarelos nas terras encantadas do Maranhão”, em que o carnavalesco maranhense, Joãozinho Trinta relia, sob a ótica dos índios, a presença dos franceses nas terras do Maranhão. O mesmo tema já havia sido abordado sob a ótica inversa pelo mesmo carnavalesco no ano de 1974, no desfile do Salgueiro, no enredo “O Rei de França na Ilha da Assombração”. Outra escola bancada com verba municipal foi a Imperatriz Leopoldinense que, além de contar com o apoio de seu patrono, recebeu este ano a



quantia de R\$ 1,8 milhão da prefeitura de Campos. Com “Goytacases...tupi or not tupi, in a South American Way”, um enredo bastante confuso de Rosa Magalhães, tudo o que se conseguiu foi um processo da prefeitura patrocinadora, já que, no lugar de exaltar as belezas e a pujança financeira do município, a carnavalesca resolveu explorar o canibalismo dos índios que viviam na região e a partir daí enfocar o aspecto antropofágico de nossa cultura, misturando o manifesto oswaldiano com o tropicalismo, o cafonismo, Chacrinha, Carmem Miranda e Carlos Gomes, que resultou numa sopa temática de difíssima deglutição.

Como exemplo de patrocínios da iniciativa privada, este ano houve a participação de duas companhias aéreas a Tam, no Salgueiro, e a Varig, na Beija Flor. O que vale observar é que, hoje, a escolha do enredo se dá a partir da participação de um patrocinador, que, se por um lado, viabiliza a estruturação física do desfile, por outro, pode significar um elemento empobrecedor em termos conceituais e temáticos. Isso acontece, porque interfere em toda a estrutura como, por exemplo, na concepção do samba que, em última instância, é a razão primordial, o núcleo central da festa.

Sabe-se que a produção do samba enredo é complexa, na medida em que, até chegar ao resultado final, passa por várias etapas, várias intermediações, desde o levantamento da pesquisa, o ajuste ao enfoque escolhido pelo carnavalesco, até chegar aos compositores letristas e musicais. É por essa razão que os sambas enredo atuais se caracterizam como produto de equipes que assinam a criação. Há casos em que o samba apresentado na passarela é biônico, ou seja, tem a primeira parte do que obteve o primeiro lugar na quadra, a segunda parte e o refrão de outros sambas concorrentes, sendo o produto final resultado do trabalho cirúrgico de um ou mais compositores.

Como se pode observar nesse breve relato, no universo das escolas de samba, ainda que só tenhamos sinalizado alguns aspectos, há uma complexa rede de mediações de várias ordens, já que até chegar à passarela uma escola passa por inúmeras etapas, por diferentes

equipes, em um processo de produção que em muito se assemelha às linhas de montagem industriais.

No título desta comunicação salientamos ser o carnaval a festa dos mediadores culturais, tendo em mente que o carnaval traz à tona a temática da circularidade entre os diversos níveis de cultura, como bem nos indica Mikail Baktin<sup>5</sup>, do permanente diálogo, visto não necessariamente como harmonioso entendimento, entre as chamadas cultura popular e de elite.

---

<sup>5</sup> BAKTIN, Mikhail. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento*. São Paulo: Hucitec, 1987. p.6