

**18º Congresso Brasileiro de Sociologia  
26 a 29 de Julho de 2017, Brasília (DF)  
Grupo de Trabalho 23: Sociologia da Cultura**

**ESTUDO SÓCIO-ANTROPOLÓGICO SOBRE O MERCADO DOS  
PROFISSIONAIS DOS POLOS MUSICAL E VISUAL DE ESCOLAS DE  
SAMBA NO BRASIL**

**Autor: Diogo Serafim Schmidt  
Orientador: Profº Drº Daniel Gustavo Mocelin  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Instituto de Filosofia e Ciências Humanas  
Programa de Pós-Graduação em Sociologia**

# ESTUDO SÓCIO-ANTROPOLÓGICO SOBRE O MERCADO DOS PROFISSIONAIS DOS POLOS MUSICAL E VISUAL DE ESCOLAS DE SAMBA NO BRASIL

**Resumo:** O estudo versa sobre a intersecção entre os mundos da cultura e da economia na trajetória de profissionais do ramo das artes e da música na maior e mais representativa festa audiovisual brasileira: o carnaval. Focalizamos o recorte analítico nas mudanças de ordem sociocultural e econômica ocorridas nos desfiles de escolas de samba, e os efeitos produzidos nas identidades culturais, na moralidade e nos papéis sociais de sambistas (polo musical) e carnavalescos (polo visual). Tais modificações são em grande parte também evidenciadas pelos próprios atores sociais envolvidos, aproximações que muitas vezes remontam a um sentimento de comercialização do espetáculo como se, em certo sentido, a grande festa popular se transformasse em um desejado mercado de consumo com o estabelecimento de uma indústria cultural/criativa. Talvez, mesmo que não saibam discorrer teoricamente sobre tais questões, muitos dos atores participantes dos desfiles das escolas de samba e que vivenciam cotidianamente esse espaço realizam, ao seu modo, interpretações tácitas sobre as mudanças em curso nessa realidade social. Como material empírico para subsidiar a reflexão apresentaremos dados das entrevistas realizadas - e analisadas - com profissionais dos carnavais das cidades do Rio de Janeiro, de São Paulo e de Porto Alegre, assim como da modalidade que serve de vitrine para novos profissionais se lançarem neste mercado cultural: o carnaval virtual.

## 1. INTRODUÇÃO

As escolas de samba surgem na segunda década do século XX na cidade do Rio de Janeiro como produto de transformações socioculturais. O primeiro desfile foi organizado em 1932, na Praça Onze, pelo jornalista Mário Rodrigues Filho, proprietário do jornal Mundo Sportivo. Nesse percurso de quase noventa anos as agremiações carnavalescas tornaram-se a principal atração do carnaval carioca.

Com o passar do tempo houve todo um processo de profissionalização e modernização do evento que é visto de forma ambígua: ou se exalta os ganhos econômicos ou se aponta a perda das tradições culturais. Respalado pela literatura sociológica e antropológica, a ser apresentada no decorrer do texto, propomos um estudo sobre dois tipos de profissionais do carnaval: carnavalescos e intérpretes. Consideramos que a escolha desses atores sociais, relevantes para a confecção de um desfile de escola de samba, auxiliará a investigar as imbricações entre mundos muitas vezes percebidos e qualificados como hostis.

Um dos traços desta aparente incompatibilidade é a consolidação de um mercado profissional para quem se dedica a produzir os desfiles. A oferta de empregos aumentou em função da profissionalização da festa e exige profissionais cada vez mais especializados. Anualmente o carnaval, além do seu atrativo cultural, movimenta cifras consideráveis no Brasil. Pensamos como um dos grandes atrativos desse mercado a conciliação da remuneração monetária, pelo trabalho desempenhado, com a paixão carnavalesca nutrida por muitos desses profissionais. Esta é a história do carnavalesco Fran Sérgio, da Beija-Flor de Nilópolis, profissional que começou sua trajetória no carnaval desfilando na ala de crianças:

Eu já desfilava, na ala das crianças, já desenhava, e pensei em Arquitetura para ter uma base de estrutura, medida, proporção, perspectiva. É muito bom ter essa noção do que fazer, para estruturar os grandes palcos que são as alegorias – revela o carnavalesco. (REDE GLOBO, 2015)

Nesse momento da pesquisa, somente para situar o leitor, informamos as cidades selecionadas para o estudo: Rio de Janeiro pelo pioneirismo, destaque e representatividade, São Paulo pela tentativa de se igualar em alguma medida ao festejo carioca e pela especificidade das escolas de samba vinculadas aos clubes de futebol, Porto Alegre por, apesar das limitações de recursos, afirmar suas particularidades em relação a outros carnavais, Uruguaiana e o seu carnaval fora de época importado de outras locais do Brasil e, por fim, os desfiles virtuais por serem uma nova modalidade e servirem como vitrine para profissionais se lançarem no mercado.

De forma sintética, após essa breve descrição do conteúdo empírico, o tema versa sobre a combinação (ou hibridismo) entre os mundos da economia e da cultura no mercado profissional de festas populares, símbolo da identidade nacional, a partir de profissionais representativos dos polos visual e musical deste segmento.

## **2. COMBINAÇÕES ENTRE ECONOMIA E CULTURA**

A conexão entre cultura e economia é bastante marcada por um viés crítico que enxerga tão somente a deterioração do cultural frente às imposições do mercado. Essa visão pessimista da realidade social no sistema capitalista é

fortemente embasada nos escritos de Theodor Adorno e de Max Horkheimer, e sua propagada concepção de indústria cultural. Os autores entendem que a *cultura contemporânea confere a tudo um ar de semelhança* (ADORNO, HORKHEIMER, 1985, p.99) em função da técnica dessa indústria ser voltada a padronização e a produção em série, ou seja, a massificação.

No livro *A Dialética do Esclarecimento*, escrito por Adorno e Horkheimer, encontramos a discussão seminal sobre o conceito de indústria cultural. A obra foi escrita nos Estados Unidos no período da segunda-guerra mundial e reflete a postura crítica dos autores frente as modernas sociedades de massa, qualificadas como destruidoras da razão através das relações de produção capitalista, da qual a americana é o seu modelo mais avançado (FREITAG, 1990). O maior apontamento crítico se direciona a transformação da cultura em mercadoria, tornando-se simplesmente um valor de troca criado para o consumo visando atender às necessidades de acumulação do sistema.

Em seu mais conhecido livro, *Indústria Cultural e Sociedade*, Adorno e Horkheimer (2002), caracterizam as artes como totalmente submetidas à economia em que tudo faz parte de um grande e incontrolável negócio que explora os bens culturais. A indústria cultural, assim concebida, é estandardizada e voltada à produção em série. Essa lógica acaba com a distinção das artes em relação ao sistema social. A indústria cultural serve de instrumento ideológico e de dominação para legitimar os produtos do capitalismo.

Seguindo essa lógica de não distinção da arte, ela é caracterizada como um negócio orientado para a comercialização. No exemplo apresentado por Adorno e Horkheimer (1985, p.100), o cinema e o rádio legitimam o lixo cultural de sua própria produção. Os indivíduos que a indústria cultural forma não possuem autonomia, independência, capacidade de julgamento e de decisão consciente.

E, no final das contas, aqueles que tentam resistir a lógica da indústria cultural só lhes resta uma opção para sobreviver: a integração. Segundo Freitag (1990, p. 66), Adorno reconhece a música como produto específico de relações de produção capitalista, mas também evidencia a sua dimensão contestatória. São fortes as palavras dos autores (ADORNO, HORKHEIMER, 1985, p.108 e 109) ao dizer que, quando conteúdos e categorias diferentes são registrados

pela indústria cultural, seu pertencimento a ela é comparável à incorporação do participante da reforma agrária ao capitalismo.

O entendimento sobre a cultura desenvolvido pelos frankfurtianos segue a interpretação da teoria da dominação de Karl Marx. Denuncia-se a exacerbada racionalização técnica na sociedade moderna se espraiando para além da esfera econômica, dominando também os espaços da subjetividade e do espírito (SETTON, 2001). Como é orientada pela dinâmica da produção industrial competitiva, a indústria cultural se adapta às demandas do mercado fazendo produtores e consumidores perderem a autonomia da criação. Por produzir bens espirituais em série as mentes são homogeneizadas, e as possibilidades de resistência são afastadas mediante o processo de alienação.

Na sociedade capitalista os indivíduos estariam atomizados, portanto a indústria cultural surge como elemento capaz de direcionar a ação deles. Determina-se o consumo para manter a própria sociedade, fabricando produtos adaptados a serem digeridos pelas massas. Seguindo uma tradição marxista, o indivíduo aparece como objeto dessa indústria (MACHADO, 2009). A crítica à massificação realizada pelos frankfurtianos é pertinente, porém tem seus limites. Se, por um lado, a indústria cultural tem uma tendência de padronizar comportamentos e valores difundidos; por outro, existe uma resistência a homogeneização cultural, principalmente se visualizarmos os tempos de globalização em que identidades locais são fortalecidas ou novas possibilidades de escolha são criadas.

Para Honneth (1999), se a Teoria Crítica tivesse se aberto a possibilidade de investigações empíricas sobre costumes morais e estilos de vida, como expressão da prática comunicativa diária dos grupos sociais, teria se percebido uma participação ativa dos sujeitos socializados na interpretação do complexo processo de integração social, para além de um direcionamento passivo advindo das estruturas do sistema capitalista, conforme focado por seus autores.

De outra maneira, também pode-se pensar que recursos são necessários para viabilizar a produção cultural. E, se em um primeiro momento, sobressaiu-se uma conotação pejorativa do termo indústria cultural, hoje assistimos um processo de ressignificação do conceito. Deixa-se de lado o caráter de dominação proveniente da ótica da Escola de Frankfurt para se ressaltar o valor simbólico dos bens culturais produzidos por tais indústrias, tornando-as sinônimo

de desenvolvimento ao propiciar um ambiente criativo e inovativo para as cidades.

O debate em torno das atividades culturais e os seus desdobramentos na nova economia, na qual a criatividade é um de seus elementos principais (FLORIDA, 2011), ganha cada vez mais atenção, tanto no campo político quanto no acadêmico, visto que elas ocupam um papel destacado em tal dinâmica socioeconômica.

Novos valores sociais e culturais estão associados ao surgimento do termo substituto ao de indústrias culturais: as indústrias criativas (BENDASSOLLI *et al*, 2009, p. 11). Essa alteração representa uma mudança no espírito de nossa época: se antes a economia estava centrada no uso intensivo de capital e de trabalho, e na produção massificada; atualmente configura-se o conhecimento ou a criatividade como principal recurso de capital, e seu solo encontra fertilidade nas capacidades intelectuais do indivíduo. Não é de se espantar, portanto, que tais indústrias exaltem a figura do agente criativo.

Bendassolli *et al* (2009) aponta as etapas que compõe o processo criativo de tais indústrias: a) é a criatividade do agente que concebe e desenvolve o produto criativo; b) as concepções estéticas e artísticas influenciam sobremaneira as escolhas e o direcionamento de recursos; c) a forma de produção dessas indústrias envolve uso intensivo de novas tecnologias; d) pela natureza das atividades requer-se o uso extensivo de equipes polivalentes para coordenar diferentes competências, especialidades e recursos. Tecemos uma crítica quanto a essa concepção de Bendassolli *et al* (2009) em relação ao primeiro item, pois entendemos como ponto central das problemáticas sociológicas das indústrias criativas o processo de criação. Portanto, ao invés de referirmo-nos à criatividade, como Florida (2011) também o faz, adotamos a concepção de Farias (2011) de processos de criação, pois a noção de criatividade localiza-se na cabeça dos indivíduos sendo compreendida como uma capacidade não-social.

### **3. O HIBRIDISMO TRADICIONAL/MODERNO E AS BOAS COMBINAÇÕES ECONÔMICO/CULTURAL**

Nesse ponto, exploraremos dois autores centrais para o estudo. O primeiro, Canclini (1998), desenvolve a noção de culturas híbridas ou de hibridismo cultural para acentuar os cruzamentos socioculturais em que aspectos tradicionais e modernos se conjugam. Um ponto a ser destacado nesta obra é a visibilidade conferida ao contexto latino-americano. É notória em nossa formação como sociólogos no Brasil a recorrente utilização de teorias e modelos explicativos pensados para as sociedades europeias e norte-americanas. Percorrer as páginas de um livro dedicados a pensar as sociedades latino-americanas auxilia de forma contundente nosso estudo. Em várias passagens encontramos referências explícitas ao objeto estudado e a autores brasileiros de relevância reconhecida nesse campo, tais como Renato Ortiz e Roberto DaMatta.

São inúmeros os exemplos retratados por Canclini para corroborar a mistura e o convívio entre o moderno e o tradicional: são imigrantes do campo adaptando seus saberes para a vida na cidade e para a venda do seu artesanato aos consumidores urbanos; a reformulação da cultura do trabalho operária em decorrência da implementação de inovações tecnológicas na produção, mas sem a perda de suas crenças antigas; ou quando movimentos sociais realizam suas reivindicações através dos meios de comunicação através das novas tecnologias midiáticas. A explicação de tais fenômenos residiria nos circuitos híbridos que combinam, por exemplo, culturas étnicas e novas tecnologias ou formas de produção artesanal e industrial.

Há duas correntes que tentam construir objetos puros. Os tradicionalistas pensam em termos de culturas nacionais e populares “autênticas” nas quais a industrialização representa um perigo. Por seu turno, os modernizadores concebem a arte ou o saber ligados a uma noção de progresso que rompe as fronteiras do local e apresenta um caráter inexorável e universalista. Porém há um caminho no qual o moderno e o tradicional – antes de simples oposições – se entrecruzam. Em síntese, estamos nos referindo a relação entre mercado e cultura. E a grande chave para essa interpretação combinada é a transformação complexa dos fenômenos. De que forma as tradições culturais são redimensionadas com o processo de modernização socioeconômica?

As estratégias dos atores frente a este contexto de mudanças são instáveis e diversas e não seguem uma lógica unicamente de mercado. Canclini

(1998, p.28) pinta um quadro da América Latina no qual o continente é matizado em uma articulação complexa de diversas e desiguais tradições e modernidades: *um continente heterogêneo formado por países onde, em cada um, coexistem múltiplas lógicas de desenvolvimento*. Não advogamos nem pela separação do tradicional de outros condicionamentos sociais, nem tampouco a corrosão do social pelas imposições de forças advindas do mercado. A chave de entendimento para tais fenômenos sociais está na complementariedade dos mundos da cultura e da economia.

Nas sociedades latino-americanas, diferente das europeias, não haveria uma separação clara entre a cultura artística e o mercado massivo. Nessa linha argumentativa, indaga-se como *é possível impulsionar a modernidade cultural quando a modernização socioeconômica é tão desigual* (CANCLINI, 1998, p.70)? Tais formações híbridas envolvendo o tradicional e o moderno se organizam em torno da articulação do local e do cosmopolita/global, das promessas da modernidade e da inércia das tradições, principalmente se levarmos em consideração que vivemos em um tempo no qual a cultura e a economia são transnacionais. E mesmo que vivamos sob a égide de um mundo globalizado, com enorme fluxo de pessoas e de informação, não caímos na simplificação de que a cultura tradicional é simplesmente solapada por um movimento verticalizado de quem detém a hegemonia (países, grupos, indivíduos), seja no âmbito que for.

No desenvolvimento do seu argumento sobre as transformações estruturais decorrentes do hibridismo tradicional/moderno das sociedades latino-americanas, Canclini enfatiza a importância de averiguar como os diversos agentes culturais redimensionam suas práticas em consequência das contradições enfrentadas, ou questioná-los como imaginam que poderiam fazê-lo. O autor também alerta que são poucos os estudos empíricos na América Latina em relação a reorientação dos agentes, tanto em termos de adaptações e resistências, como sobre suas práticas face as transformações da modernidade.

É comum o ressoar do discurso do mito do retorno da idade de ouro, como se houvesse em algum período longínquo da história daquele povo uma antiguidade idealizada e tolerável, intocada das impurezas da industrialização massificadora. Muitas vezes tal operação é realizada por cientistas sociais que



isolam seus objetos de estudo do contato e da interação com traços modernos: este é o caso de grupos indígenas retratados sem alusão a *produção industrial e consumo de massa que com frequência vemos hoje em seus povoados* (CANCLINI, 1998, p.187). Esse cenário alça a cultura como algo natural sem conferir possibilidade de interações fluídas de elementos tradicionais e modernos.

Diferente de quem defende o mito da originalidade é inegável que a sociedade, como um ente instável e dinâmico, é renovada ao misturar o tradicional com o desenvolvimento socioeconômico e cultural capitalista. O selo de autenticidade de um passado sacralizado é transitório e encontra-se em constante mutação por seu caráter de combinação e seleção. Para Canclini (1998, p.204), a contribuição pós-moderna

é útil para escapar desse *impasse* na medida em que revela o caráter construído e teatralizado de toda tradição, inclusive a da modernidade: refuta a imagem das tradições e a originalidade das inovações. Ao mesmo tempo, oferece ocasião de repensar o moderno como um projeto relativo, duvidoso, não antagônico às tradições nem destinado a superá-las por alguma lei evolucionista inverificável. Serve, em suma, para nos incumbirmos ao mesmo tempo do itinerário impuro das tradições e da realização desarticulada, heterodoxa, de nossa modernidade.

Os grupos hegemônicos enxergam a modernização da cultura popular como um caminho inevitável pelo qual o tradicionalismo há de passar. Essa visão de etapas para se atingir um dado estágio de desenvolvimento nos remete as teorias evolucionistas do século XIX. Para os defensores das causas populares a dominação exercida pelas pressões dos grupos hegemônicos é uma barreira ao modo de vida e a cultura tradicional. Mais uma vez rompendo com tal antagonismo cabe a indagação de como a cultura popular adere à modernidade. Ao invés da extinção ou de uma substituição abrupta do tradicional pelo moderno ocorre um processo de reformulação no qual os dois elementos se misturam gerando formas híbridas.

Nesse processo de transformação cultural a interação com forças da modernidade – caso das indústrias culturais – mostra que o popular não é um campo exclusivo dos setores populares ou então que as forças econômicas eliminariam os resquícios de um passado tradicional. A cultura tradicional sob este prisma híbrido pode simultaneamente reafirmar-se simbolicamente e

prosperar economicamente: *Nem a modernização exige abolir as tradições, nem o destino fatal dos grupos tradicionais é ficar de fora da modernidade* (CANCLINI, 1998, p.239).

A produção artística tradicional pode ser compreendida pelos seus referentes culturais e simbólicos sem suprimir os vínculos com o mercado. Nesse sentido, sustentamos que não há uma exclusão de abordagens. Não é necessário o pesquisador optar por um viés tradicional, em que os indivíduos ou grupos estudados são autossuficientes e estão em situação de isolamento dos agentes econômicos, ou escolher uma perspectiva moderna para compreender os processos de desenvolvimento social e econômico. Essas concepções sobre o tradicional e o moderno, como aponta Canclini (1998), estão no cerne da formação dos campos de saberes da antropologia e da sociologia. A primeira se especializou no arcaico e no local<sup>1</sup>, já a segunda em problemas macrossociais e processos de modernização.

Como bem demarcado na palavra *sócio-antropológico* devidamente utilizada no título de nosso estudo objetivamos compatibilizar ou hibridizar as disciplinas. Da antropologia, área que dentre suas problemáticas possui enorme interesse nos saberes e práticas tradicionais, buscamos o reconhecimento das formas locais de produção cultural que são próprias de cada lugar e, por seu turno, da sociologia – sempre tão atenta ao desenvolvimento da ordem capitalista no mundo moderno – trazemos o enfoque de reorganização da cultura por meio de sua interação com o mercado.

Quando introduz o tema das indústrias culturais, Canclini (1998, p.257) reforça a ideia de que os bens culturais cada vez mais são gerados por meio de *procedimentos técnicos, máquinas e relações de trabalho equivalentes aos que outros produtos na indústria geram*. Uma das lacunas dos estudos com enfoque na cultura está em mostrar novos tipos de recepção e apropriação sobre o que é produzido. Há uma carência de estudos sobre a recomposição do sentido social das tradições reformuladas sem denotar o tom apocalíptico da massificação da ótica frankfurtiana.

Um dos exemplos de festa popular na América Latina apresentado pelo autor é o carnaval. No início de sua composição tratava-se de uma festa

---

<sup>1</sup> Canclini (1998) critica os antropólogos que idealizam os grupos estudados e, portanto, parecem ter maior dificuldade de adentrar na modernidade do que os seus próprios interlocutores.

comunitária. Mas, em dado momento, os intercâmbios modernos começam a operar com a chegada de turistas e o interesse da mídia (jornal, rádio, televisão, internet) pela sua realização. Não é somente o peso do econômico que remodela a cultura, mas todo um tecido complexo em escala micro e macrosocial no qual múltiplos agentes, com posições e poderes desiguais, se combinam. Já se perguntaram, nessa interação entre tradição e modernidade, o quanto os indivíduos dos grupos populares desejam modernizar-se? Ou será que no altar de nosso lugar privilegiado de fala acadêmica queremos impor a direção a ser seguida?

Canclini (1998, p.279) aponta uma conclusão um tanto indigesta e sem romantismos sobre o popular:

conglomerado heterogêneo de grupos sociais, não tem o sentido unívoco de um conceito científico, mas o valor ambíguo de uma noção teatral. O popular designa as posições de certos agentes, aquelas que os situam frente aos hegemônicos, nem sempre sob forma de confrontos.

Com essa noção devolve-se aos indivíduos situados em espaços hierarquicamente inferiores da dramaturgia social, aqui caracterizados como populares, a complexidade em sua elaboração para alterar o curso da obra. Ou seja, em outras palavras, não há uma unidirecionalidade fatalista sustentada pelas oposições convencionais: subalterno/hegemônico ou tradicional/moderno. Esses termos simplificam e escondem os sentimentos de afeto entre os homens, mesmo que estes estejam situados em posições diferentes e distantes no tecido social. A hibridação da modernização econômica e das tradições persistentes dinamiza a organização da cultura através de seus cruzamentos para reforçar a pergunta de Canclini (1998, p.284): *como mudaram os carnavais do Rio ou de Veracruz?*

A noção discutida até aqui de hibridismo de Canclini, em nossa visão e respeitando suas delimitações, pode ser aproximada em um nível micro à de boas combinações proposta por Zelizer (2011). Será que atividade econômica e intimidade são inconciliáveis ou há uma interseção entre elas? Usualmente a condução da atividade econômica relaciona-se ao dinheiro e, teria como uma de suas características, a degradação dos relacionamentos íntimos, por sua vez a intimidade tornaria ineficaz a atividade econômica. Há uma crença disseminada

de que a economia corrompe a intimidade e vice-e-versa. Objetivamente esses mundos seriam incompatíveis.

Porém, segundo a autora argentina, há uma coexistência e complementariedade entre economia e intimidade que não deve ser ignorada. Assim como Canclini, Zelizer ataca os antagonismos que pintam o interesse econômico como determinante nas relações sociais, ou que a intimidade só sobrevive sem interferências do ambiente exterior. É importante elucidarmos que a autora aborda a mistura da intimidade com a atividade econômica no plano interpessoal.

A definição de intimidade que utilizamos é a de união ou vínculo íntimo próximo. Em nosso estudo a intimidade se encontra em um plano afetivo-cultural no vínculo institucional dos atores. Colocamos em xeque o enfoque de que a introdução do dinheiro em certas relações representa uma corrupção.

Quando faz referência a negociação da intimidade, Zelizer (2011, p.14), quer ressaltar o sentido de captação: *como o domínio poderoso da intimidade afeta as formas pelas quais organizamos a vida econômica*. Os laços sociais, a conexão entre as pessoas, também são criados, sustentados e transformados pela atividade econômica sem qualquer incompatibilidade. Há uma série de questões mais gerais levantadas na obra: o tabu e os temores de misturar atividade econômica e relações sociais íntimas; com as pessoas administram tal situação; ou qual a interferência na ética profissional. Em muitos casos há uma lacuna existente entre as convenções tradicionais e o surgimento de novas práticas sociais.

Aos olhos do grande público racionalidade econômica e laços íntimos são contraditórios. Zelizer (2011) analisa práticas sociais reais que dizem respeito à intimidade e às transações econômicas para apresentar seus efeitos mútuos por meio dessas diferentes combinações. Há um desafio posto aos sociólogos, qual seja: o de tornar possível uma explicação combinatória do mundo econômico com o íntimo. Vale destacar que transações íntimas podem resultar em grandes consequências macroeconômicas gerando amplos fluxos de dinheiro. Identificamos três grupos de especialistas e críticos sociais com respostas diferentes a este problema das atividades econômicas e das relações íntimas.

O primeiro defende a ideia das “esferas separadas e mundos hostis”, a tradicional separação entre economia e sociedade, na qual ocorre uma

contaminação moral inevitável quando as duas esferas entram em contato. Os mundos hostis representam a clara divisão entre as relações sociais íntimas (sentimento e solidariedade) e as operações econômicas (cálculo e eficiência). Para estes teóricos sociais *somente os mercados limpos de sentimento podem gerar uma verdadeira eficiência* (ZELIZER, 2011, p.30). Qualquer intersecção entre dinheiro e intimidade pode representar uma ameaça de corrupção.

Para superar o dualismo do primeiro grupo, o segundo argumenta de forma um tanto reducionista. Nega a contradição do princípio de misturar atividade econômica e intimidade alegando o resultado como “nada além de” racionalidade econômica, de cultura ou de política, ou seja, respectivamente, nada passa de uma atividade de mercado, de uma forma de expressão cultural ou de um exercício de poder. Dessa forma,

para os reducionistas econômicos, o cuidado, a amizade, a sexualidade e as relações entre pais e filhos tornam-se casos especiais de opção individual em busca de vantagens sob condições restritivas – em suma, de racionalidade econômica. Para os reducionistas culturais, as relações íntimas tornam-se expressões de crenças distintas ou roteiros ideológicos, independentemente de qual conexão econômica possam causar. Outros insistem nas bases políticas, coercivas e exploradoras dos mesmos fenômenos. (ZELIZER, 2011, p.35)

O ponto de vista do “nada além de” é o mais utilizado pelos cientistas sociais para contrapor o enfoque das esferas separadas e mundos hostis. Teóricos deste grupo colocam somente uma esfera como importante ao priorizar, por exemplo, o significado, o discurso e o simbolismo das representações culturais como determinantes do intercâmbio econômico e da intimidade.

O terceiro grupo, no qual Zelizer<sup>2</sup> está posicionada, transcende os outros dois ao argumentar que tal mescla é parte da construção e da negociação das “vidas conexas” das pessoas pela diferenciação de seus múltiplos laços sociais. Os laços aqui referidos se desenrolam em qualquer cenário social particular: família, local de trabalho, escola, igreja, clube, entre outros. A variação desses laços vai do íntimo ao impessoal, do durável ao efêmero. De acordo com Zelizer (2011, p.38), todas as relações sociais em curso *ao menos incluem um mínimo*

---

<sup>2</sup> A autora cita inúmeros estudos antropológicos, mas reforça que sua base é especialmente sociológica.

*de significados compartilhados, regras funcionais e fronteiras separando uma relação da outra.*

Para cada relação social há um certo tipo de transação econômica apropriada e de um apoio institucional culturalmente significativo. A autora rebate com veemência o pressuposto de que os mercados destroem as relações pessoais de solidariedade-estabilidade. Nessa via surge uma alternativa sociológica combinatória da atividade econômica com a intimidade. O conteúdo cultural – de interesse central para o presente estudo – é visualizado dentro das transações entre os agentes econômicos, *em vez de tratar a cultura como uma restrição externa* (ZELIZER, 2011, p.46).

Os escritos da autora fazem vislumbrar um caminho alternativo de explicação sociológica. Nem ao paradigma econômico fundamentado no modelo do ator racional, tampouco somente as normas, significados e valores sociais do reducionismo cultural. Para realizar uma análise de mercado deve-se considerar a interação dos valores pessoais e comunitários. Em muitas situações mercantis nas quais os valores socioculturais possuem alta relevância, o contrato jurídico é substituído pelo pacto entre os indivíduos e suas organizações sociais. Tais situações evidenciam a conexão entre a esfera mercantil e a esfera de valores.

Em muitas profissões, principalmente nas da área da saúde, há um limite separando as relações apropriadas das inapropriadas para que a prática profissional não se misture com a intimidade. É como se houvesse transações econômicas e valores morais corretos e incorretos para cada tipo de atividade profissional. Mas obviamente existem profissões nas quais há um cruzamento contínuo das transações econômicas e das relações íntimas. Na pesquisa de Zelizer, com base na sociedade norte-americana, economia e sentimento são mundos conectados. Amor e dinheiro são entrelaçados nessa trama social e, portanto, é viável a coexistência proveitosa de pagamento remunerado para quem presta serviços de cuidado de crianças, doentes e idosos. Sobretudo é um rechaço a visão de mundos hostis que

descrevem o amor e o cuidado degradados pela monetização podem, na verdade, causar discriminação econômica contra as supostamente intangíveis atividades que envolvem cuidados. (ZELIZER, 2011, p.245)

É ilusória essa ideia de uma barreira intransponível entre as relações pessoais e os laços econômicos. Será o cálculo monetário tão racional, como apontam os críticos da comercialização, a ponto de destruir o reino das emoções? A questão central levantada não é se o dinheiro corrompe ou não, mas a de *analisar quais combinações de atividade econômica e relações econômicas produzem vidas mais felizes, mais justas e mais produtivas* (ZELIZER, 2011, p.243). A preocupação do sociólogo é com o funcionamento da mistura do econômico com o afetivo.

A saída para enfrentar as dificuldades em mesclar transações econômicas e intimidade, sem cair na abordagem da mercantilização corrompendo os laços pessoais, são um conjunto de práticas denominado de *boas combinações* (ZELIZER, 2009). As práticas econômicas dos indivíduos podem fundir racionalidade, eficiência e planejamento com solidariedade, sentimento e impulso, ou seja, em outras palavras, nos referimos à racionalidade econômica e ao mundo sentimental. Há um discurso moral nas ciências sociais, e fora delas, contrário ao dinheiro no universo dos afetos por ser ele a raiz de todo mal.

Porém há cientistas sociais que suspeitam dessa moral tão disseminada. Eles defendem a ideia de que não há um dano aparente para nenhuma das partes nas intersecções entre atividade econômica e intimidade. Seu funcionamento se dá pelas boas combinações na mistura do econômico com o afetivo. Sempre lembrando que boas combinações é sinônimo de viabilidade nas relações por meio de suas práticas combinatórias. Importante ressaltar que tais práticas nem sempre são justas ou igualitárias, além de variar de acordo com a classe, etnia ou arranjo cultural.

Selecionamos as perspectivas de Canclini e Zelizer por acreditarmos que – mesmo com suas particularidades e realçando níveis diferentes da realidade social – é possível estabelecer um diálogo profícuo entre suas abordagens e conceitos. Ambos atacam teorias que alçam um elemento como condicionante do outro, ou seja, ignoram as conexões complexas do tecido social.

#### **4. ACHADOS PRELIMINARES DE CAMPO**

Até o momento foram realizadas 8 entrevistas: 2 em Porto Alegre, 3 no Rio de Janeiro e 3 em São Paulo. Estas serviram para subsidiar a reflexão a seguir. Logo na primeira entrevista, concedida em maio de 2016, uma frase nos chama atenção: *Fui tocar nos Dragões já em troca de dinheiro. Já virei meio mercenário do carnaval* (Carnavalesco 5). O sentimento de demonização do econômico quando incrustado no sociocultural não é tão somente uma constatação teórica, mas também reflete nos atores imersos nessas relações.

A ligação afetiva com a festa geralmente vem da infância pela proximidade espacial com alguma agremiação carnavalesca ou por já ter algum membro da família envolvido: *Eu me criei dentro da escola* (Intérprete 3). O pai desse interlocutor fundou uma das escolas mais tradicionais do carnaval de Porto Alegre. Segundo o relato dele *é uma trajetória bem longa, desde a barriga*. O sentimento de paixão pelas escolas de samba nasce no ambiente familiar: *Cresci ouvindo sambas de enredo em casa. Sempre nas festas de família tocava um sambinha aqui outro acolá* (Intérprete 2). O Intérprete 1, quando criança, tinha no avô materno, compositor de samba-canção, alguém com quem dividir a sua paixão pelo gênero samba-enredo. Alguns profissionais demonstram uma aptidão artística precoce: *Como eu sempre gostei de desenhar... Eu comecei criança mesmo desenhando carro alegórico ou fantasia* (Carnavalesco 4).

Há profissionais que são oriundos de cidades nas quais não há nenhuma tradição carnavalesca. Nesses casos a paixão pela festa surge através dos meios de comunicação, principalmente pelo televisionamento e divulgação do carnaval do Rio de Janeiro. As pessoas mais próximas, os familiares em geral, estranham esse fascínio por algo não peculiar de sua cultura: *Lá ninguém gosta de carnaval. (...) A maioria não gosta e no meu convívio ninguém gosta* (Carnavalesco 1). Com o passar do tempo, mesmo que não concordem com a opção por imaginarem um caminho mais estável, a família acaba apoiando a decisão de investir em um sonho: *eu teria feito engenharia, talvez, que era o sonho dos meus pais (...) viver bem, viver com arte... Para mim basta* (Carnavalesco 1).

Cidades como Porto Alegre enfrentam uma forte concorrência de manifestações culturais consideradas mais características da região. O carnavalesco 5 conta que houve muita desconfiança por parte dos tradicionalistas quando carnavalescos assumiram a produção dos carros



alegóricos do Desfile Farroupilha. Atualmente este profissional também realiza a Festa da Uva<sup>3</sup>, tradicional festa da cultura do imigrante italiano na região serrana do Rio Grande do Sul.

As tecnologias da informação e da comunicação é o meio pelo qual os futuros profissionais do carnaval podem se aproximar de sua paixão. O carnavalesco 3 informa que nos anos 80 era bastante difícil se aproximar de uma escola de samba, pois não se tinha a facilidade advinda da difusão da internet. Atualmente também é um instrumento de aprendizagem através de materiais disponíveis na rede (ex.: vídeo-aulas) que auxiliam na formação artística. Um dos interlocutores, nascido em Rondônia, montava desfiles com seus brinquedos na infância. E já mostrava uma clara preferência pelo aspecto visual dos desfiles em detrimento do musical. O carnaval é uma porta de entrada para o mundo das artes: *O carnaval foi a primeira arte que eu conheci. Aí através dele, principalmente as encenações da comissão de frente, fez eu gostar de teatro* (Carnavalesco 1). A escolha pelo local no qual cursará o ensino superior se deu pela efervescência do mercado: Rio de Janeiro ou São Paulo.

Se o carnavalesco consegue resultados que alcem a escola a subir de grupo o seu passe é valorizado e o carnaval pode vir a tornar-se sua única fonte de renda. Enquanto esse momento não chega os profissionais combinam outras atividades paralelas: *Viver só de carnaval será que eu consigo? Naquele ano eu tomei essa decisão. Joguei sete anos de empresa que eu tinha para o ar e acabei me tornando só carnavalesco* (Carnavalesco 2).

Por mais que exista uma identificação e o amor a um determinado pavilhão, quando se torna um profissional, esses vínculos são superados para construir uma nova imagem. Como não há uma formação específica para ser carnavalesco as áreas de atuação são bem diversificadas. Alguns carnavalescos são provenientes de áreas afins, como artes plásticas ou visuais, lhes auxiliando e possibilitando um maior domínio no processo de criação.

Um dos casos interessantes de se relatar com maior detalhamento é o dos profissionais de escolas de samba de times de futebol<sup>4</sup>. O carnavalesco da

---

<sup>3</sup> Em algumas situações este profissional abriu mão de receber valores devidos pelas agremiações em função do sentimento de gratidão por ser um artista reconhecido através da sua exposição no carnaval.

<sup>4</sup> Em Porto Alegre há uma identificação entre as duas maiores escolas de samba com os dois maiores clubes de futebol do estado. Uma das maiores emoções da vida do Carnavalesco 5 foi entrar no estádio do seu clube do coração para apresentar o enredo em homenagem ao centenário da instituição esportiva.

escola também é torcedor do clube e faz parte da torcida organizada que originou a entidade carnavalesca. As duas paixões ditas tipicamente brasileiras se fundem em sua vida: futebol e carnaval. Não importa em qual grupo a escola estiver ele garante que a escola sempre contará com um contingente fiel e apaixonado. Na escola/torcida há um envolvimento que vai além do profissionalismo. O fanatismo das arquibancadas de futebol adentra o mundo do samba.

Quando do seu afastamento da escola os motivos foram relacionados a torcida organizada. Ele saiu de sua escola de coração, com a qual possuía um vínculo muito forte, e se transferiu para uma outra agremiação a qual considera a mais tradicional do carnaval de São Paulo<sup>5</sup>. Ele atuou profissionalmente na nova agremiação, mas se sentia triste em estar longe de sua escola do coração. Por outro lado, a circulação por diferentes agremiações faz os profissionais se atualizarem e mudarem seus conceitos. Porém ele afirma que jamais trabalharia em outra escola vinculada a torcida organizada de futebol. Também afirma não sair de sua escola mesmo recebendo uma proposta financeira superior: *Eu nem ouço a proposta. Aqui envolve a paixão. Eu tenho um amor tão grande por esse lugar... Meus amigos estão aqui, minha família* (Carnavalesco 4).

Uma modalidade nova que desperta nossa curiosidade é o carnaval virtual por servir como vitrine para futuros profissionais do carnaval: *Muita gente do carnaval virtual já foi trabalhar no carnaval real* (Carnavalesco 1). Também serve para aqueles sem pretensões de serem profissionais poderem se divertir com algo prazeroso e vivenciar a experiência de fazer carnaval: *Isso é o bom do carnaval virtual: você pode brincar. Não precisa ser profissional* (Intérprete 2).

As redes sociais da internet possibilitam o vínculo entre os aficionados por carnaval: *Foi numa pesquisa no Google e aí eu encontrei o site e depois o grupo no Facebook* (Carnavalesco 1). No início, quando ainda não possui muitos contatos, o participante acumula vários postos: presidente, carnavalesco, intérprete, compositor, etc. Também há como divulgar o seu trabalho para participar em alguma das escolas. Um dos interlocutores participa do carnaval da internet e recentemente ganhou um concurso de enredos em uma escola de São Paulo, ou seja, a entidade levará sua proposta para a avenida.

---

<sup>5</sup> Quando ocorre a mudança ele se mantém totalmente distante da sua escola do coração.

O carnaval virtual rende oportunidades aos seus participantes. O Intérprete 2, que também é presidente da Liga Virtual, conta que o destaque de um carnavalesco no desfile virtual lhe oportunizou um convite para ser assistente de carnavalesco em uma escola do grupo de acesso do carnaval do Rio de Janeiro. Em 2016 este profissional é o autor do enredo de uma das escolas de samba do grupo especial. Além disso, ele já assinou trabalhos nos carnavais de São Paulo e de Florianópolis.

Por vezes os profissionais não cobram para desenvolver o trabalho no carnaval virtual com o único intuito de promoção do seu nome. Um intérprete do carnaval de São Paulo não cobrou cachê para gravar o samba de uma agremiação virtual. O presidente dessa escola somente arcou com o custo do estúdio para gravação do samba. Há relatos de presidentes de agremiações virtuais que contratam profissionais – desembolsando seu próprio dinheiro – para contar com o serviço de um carnavalesco ou intérprete com certo renome no mercado: *Tem gente que encara a escola virtual como um filho. (...) Elas sentem muito amor por aquilo* (Carnavalesco 1).

Através dessas primeiras entrevistas pretendemos elencar alguns pontos específicos para inquirir os interlocutores, como: você já foi taxado de traidor por trocar de agremiação? Em algum momento você já recusou uma proposta financeira superior para se manter em uma agremiação com maior vínculo afetivo? Qual você diria ser a sua principal motivação na sua atividade profissional no carnaval? O sentimento de amor por sua escola do coração foi alterado após se tornar um profissional do carnaval? Qual a maior mudança em sua vida ao tornar-se um profissional do carnaval? Quais investimentos você fez ou faz em sua formação profissional para atuar no carnaval? É possível viver somente de carnaval?

## **REFERÊNCIAS**

ADORNO, T., HORKHEIMER, M. *Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos*. 2 ed. Tradução Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

ADORNO, T., HORKHEIMER, M. *Indústria cultural e sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

BENDASSOLLI, Pedro F. *et al.* Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. *Rev. adm. empres.*, São Paulo, v. 49, n. 1, Mar. 2009. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-75902009000100003&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902009000100003&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 17 de junho de 2017.

CANCLINI, Nestor García. *Culturas Híbridas*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2.ed, 1998.

FARÍAS, Ignacio. Industrias creativas: trabajo y valor (Parte 1). *Estudios de la Economía*, 2011. Disponível em: <<http://estudiosdelaeconomia.wordpress.com/2011/05/23/industrias-creativas-trabajo-y-valor-parte-1/>>. Acesso em: 17 de junho de 2017.

FARÍAS, Ignacio. Industrias creativas: trabajo y valor (Parte 2). *Estudios de la Economía*, 2011. Disponível em: <<http://estudiosdelaeconomia.wordpress.com/2011/05/30/industrias-creativas-trabajo-y-valor-parte-2/>>. Acesso em: 17 de junho de 2017.

FLORIDA, Richard. *A Ascensão da Classe Criativa – e seu papel na transformação do trabalho, do lazer, da comunidade do cotidiano*. Porto Alegre: L&PM Editores, 2011.

FREITAG, Bárbara. *A teoria crítica ontem e hoje*. São Paulo: Brasiliense, 1990.

HONNETH, Axel. *Teoria Crítica*. In: GIDDENS, Antony; TURNER, Jonathan. (org.). *Teoria Social Hoje*. São Paulo: Unesp, 1999.

MACHADO, Rosi Marques. Da Indústria Cultural à Economia Criativa. *Alceu* (PUCRJ), v. 9, p. 83-95, 2009.

REDE GLOBO. *Profissionalização do Carnaval aumenta a oferta de empregos*. 2015. Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com/como-sera/noticia/2015/02/profissionalizacao-do-carnaval-aumenta-oferta-de-empregos.html>>. Acesso em: 17 de junho de 2017.

SETTON, Maria da Graça Jacintho. Indústria Cultural: Bourdieu e a teoria clássica. *Comunicação & Educação*, São Paulo, n.22, p. 26-36, 2001.

ZELIZER, Viviana A. Dinheiro, poder e sexo. *Cad. Pagu*, Campinas, n. 32, p. 135-157, Junho de 2009. Disponível em:  
<[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-83332009000100005&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332009000100005&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 17 de junho de 2017.

ZELIZER, Viviana A. *A negociação da intimidade*/Viviana A. Zelizer; tradução de Daniel Barbosa Henriques. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2011 – (Coleção Sociologia).