



GT – “16”: “Produção do espaço urbano numa perspectiva crítica”

**PRODUÇÃO DO ESPAÇO URBANO CARIOCA NO SÉCULO XXI: CAPITALISMO
TARDIO E AS ESCOLAS DE SAMBA COMO “O MAIOR ESPETÁCULO DA TERRA”**

Michel Rosadas
Colégio Pedro II
michelrosadas@yahoo.com.br

RESUMO: Requeridas como maiores símbolos do carnaval do Rio de Janeiro as escolas de samba desempenham apresentações cada vez mais grandiosas e surpreendentes. Artistas das belas-artes e banqueiros do jogo do bicho tornam-se personas fundamentais para lidar com a crescente competitividade dos certames carnavalescos. Caracterizada nessa investigação como *capitalismo tardio*, a ordem monopolista produz, para além do campo do trabalho, a alienação de todas as esferas de relações humanas, levando a uma *fetichização do cotidiano*. Com base nesses pressupostos, o objetivo geral deste trabalho é analisar a organização e desfile das escolas de samba como parte estratégica da reprodução do espaço urbano da cidade-mercadoria Rio de Janeiro.

Palavras-chave: Produção do espaço; Rio de Janeiro; Escolas de Samba; Cidade-mercadoria

1. INTRODUÇÃO

Requeridas como maiores símbolos do carnaval do Rio de Janeiro as escolas de samba desempenham apresentações cada vez mais grandiosas e surpreendentes. O cosmopolitismo carioca colabora para que setores médios e membros das classes dominantes se envolvam com o evento no mesmo compasso que outras manifestações carnavalescas tendem a perder prestígio e desaparecer. Escolas e sambistas buscam por parcerias e recorrem a profissionais que garantam aos espectadores a cada ano, inclusive pelas transmissões televisivas, novas experiências imagético-sensoriais, conforme os preceitos da sociedade do espetáculo. Artistas das belas-artes e banqueiros do jogo do bicho tornam-se personas fundamentais, entre concepção e financiamento, para lidar com a crescente competitividade dos certames carnavalescos. A partir desse momento, transformações internas – de organização e preparação

– e externas – estéticas e visuais – das agremiações ocorrerão num ritmo cada vez mais acelerado. A suposta “invasão da classe média” deflagra um ardoroso debate acerca da “descaracterização das escolas” e do “fim do samba autêntico”, reatualizando os termos da dicotomia *tradição/modernidade*.

Tais transformações das escolas de samba estão inseridas em um contexto nacional de transição da ordem concorrencial para a ordem monopolista da nossa revolução burguesa. Caracterizada nessa investigação como *capitalismo tardio*, a ordem monopolista produz, para além do campo do trabalho, a alienação de todas as esferas de relações humanas, levando a uma *fetichização do cotidiano*. Nesse sentido, as manifestações culturais populares serão produzidas, em conflito e colaboração, com a lógica da cultura de massas, voltada para o consumo imediato.

Em um cenário de competição acirrada de metrópoles pelos investimentos internacionais, o carnaval carioca passa a operar, na virada de século, como capital político-simbólico da cidade-mercadoria Rio de Janeiro[®]. Assim sendo, as escolas de samba da era Liesa/Sambódromo buscarão uma gestão empresarial. Em suas sedes, onde estão localizadas as quadras, realizarão eventos captadores de recursos para a execução dos desfiles. Após a construção da *Cidade do Samba*, os conhecidos *barracões*, serão transmutados, segundo seus responsáveis, em *indústrias da folia*. Com base nesses pressupostos, o objetivo geral deste trabalho é analisar a organização e desfile das escolas de samba como parte estratégica da reprodução do espaço urbano da cidade-mercadoria Rio de Janeiro.

2. COTIDIANO, CULTURA POPULAR E PRODUÇÃO DO ESPAÇO

O direcionamento da discussão proposta por essa investigação coloca a questão cultural como algo intrínseco a um processo de totalização aberto e histórico. Isso significa que os fenômenos culturais não são concebidos e/ou compreendidos por si mesmos. Williams (1979) classifica como “pensamento cultural idealista”, uma pretensa e verossímil “separação entre ‘cultura’ e vida social material” (p. 25). Na mesma trilha, Thompson (2016) propõe uma análise que se distancia dos estudos culturais reificados.

Não podemos esquecer que “cultura” é um termo emaranhado, que, ao reunir tantas atividades e atributos em um só feixe, pode na verdade confundir ou ocultar distinções

que precisam ser feitas. Será necessário desfazer o feixe e examinar com mais cuidado seus componentes: ritos, modos simbólicos, os atributos culturais da hegemonia, a transmissão do costume de geração para geração e o desenvolvimento do costume sob formas historicamente específicas das relações sociais e de trabalho (p. 22).

Além da reificação da ideia de cultura, a abrangência e a variabilidade do termo, que há pelo menos um século vem sendo utilizado em uma infinidade de definições, negligenciando ou ocultando, de diversas maneiras, questões históricas conflitantes e contraditórias, esvaziam seu sentido teórico. Não pretendemos realizar uma excursão aos mais variados sentidos atribuídos à *cultura*, mas algumas considerações são pertinentes aos desdobramentos desse trabalho.

Diante da complexa e variada gama de definições, cabe-nos nesse instante, focarmos na ideia de *cultura*, e consequentemente, de *cultura popular*, que servem de base teórica para essa tese. O caminho inicial para uma possível análise de *cultura* parte da premissa marxiana de que

os homens fazem a sua própria história; contudo, não a fazem de livre e espontânea vontade, pois não são eles quem escolhem as circunstâncias sob as quais ela é feita, mas estas lhes foram transmitidas assim como se encontram (MARX, 2011, p. 25).

Isso quer dizer, que desde o ato elementar, o primeiro ato histórico de produzir os meios para a satisfação das necessidades, a produção da vida material, aquela que se cumpre diariamente, não pode ser realizada pelos homens independentemente do legado dos seus antepassados. Tais relações acabam por determinar as alternativas de ação humana em qualquer época ou lugar (MARX; ENGELS, 2007). Vale frisar, que o sentido de determinação/condicionamento, deve ser entendido como limites e pressões exercidas por um processo histórico, no interior de um modo de produção também historicamente criado, e não como uma lei inerente e previsível.

A ação condicionada pelos limites histórico-espaciais é em si *cultura*, um modo de operar historicamente determinado que cria formas de vida e organizações sociais em constante transformação. Em outras palavras, o modo como os homens se relacionam entre si e com a natureza, fruto de escolhas historicamente possíveis, chamamos de *cultura*. Toda ação humana

retêm uma intencionalidade, um objetivo a ser realizado. Para que se cumpra faz-se necessário recorrer ao campo de alternativas concretas. Da intenção, nasce a *cultura*, um processo social vivo, que se estabelece e se modifica conforme o desenrolar dos acontecimentos históricos.

Podemos perceber que a *cultura*, fruto da intencionalidade dos homens ao produzirem suas existências, não é necessariamente uma ação de cooperação coletiva quanto à condução das relações sociais de produção. Quando os filósofos alemães afirmam que as relações ocorrem independente da vontade dos homens significa dizer que a expropriação dos meios de produção pelas classes dominantes impede que o restante do conjunto social colabore para a definição de um modo de produção, e consequentemente, de um Estado que expresse suas demandas como indivíduos e como classe. Basicamente o que é construído historicamente torna-se algo “natural”, imutável, como se uma força estranha comandasse o processo independentemente dos seus desejos e aspirações. Isso não quer dizer que os desapossados, as classes subordinadas, não façam *cultura*, mas que o fazem mediante uma produção da realidade que os inclui sem contemplá-los como seres humanos inteiramente (MARX; ENGELS, 2007).

O que nos interessa nesse contexto é entender que o Estado não é mero reflexo da sociedade civil, em uma atuação mecânica, mas que fundamentalmente, para salvaguardar o interesse indissolúvel do bloco no poder, ganha autonomia e oportunidade de agir, muitas vezes, contra os interesses imediatos de uma ou mais frações de classe hegemônica ao incorporar elementos exteriores provenientes das classes subordinadas, no caso da sociabilidade capitalista, demandas das classes trabalhadoras.

A autonomia relativa do Estado demonstra que a *luta de classes* é uma mediação que comporta o consentimento e a negação, o conflito e a cooperação, a coerção e o consenso. Por isso, por mais que a hegemonia da sociedade civil crie e delimite a ação e a forma do Estado, esse adquire autonomia para negociar com as classes dominadas a construção da realidade. O modo de produção capitalista, pensando na sociabilidade mais complexa e recente, só se realiza e se reproduz cotidianamente com a cooperação das classes trabalhadoras. O conflito permanente entre dominantes e dominados impediria a reprodução do capital, mediação fundamental e razão última da existência da burguesia como classe privilegiada e detentora dos meios de produção.

A *cultura* produzida a partir da cooperação dos homens em uma sociedade de classes não é mecanicamente absorvida e reproduzida pelas classes dominadas. Esses indivíduos, como sujeitos históricos, são capazes de consentir, mas também de negar aspectos dessa sociabilidade. Entre o consentimento e a negação da *cultura* produzida e gestada para a hegemonia, surge uma *cultura* das classes trabalhadoras, uma *cultura popular*¹. Uma cultura outra dos aparelhos privados de hegemonia, uma cultura feita fora das instituições formais de educação e cultura, uma cultura feita nas ruas, a partir dos referenciais político-simbólicos das classes populares, de acordo com seu cotidiano e com as alternativas históricas do seu tempo.

A *cultura popular* não é um campo monolítico de análise, nem constituído de elementos comuns de uma classe também interpretada como monolítica. Devemos entendê-la como fruto de uma mediação, entre consentimento e negação, como uma cultura plural, heterogênea em seu interior, e que está em movimento. Essa perspectiva refuta a ideia de *cultura popular* como portadora da tradição: envolvida pela aura da pureza e da autenticidade. A tradição como um segmento relativamente inerte e historicizado, atribuído a sobrevivência de um passado, tem um caráter ativamente modelador e seletivo.

A heterogeneidade da cultura popular resulta da complexidade e pluralidade da consciência e ação das classes trabalhadoras em um processo histórico. Derivados das classes trabalhadoras se convertem em um agrupamento pelas condições de existência, de seu cotidiano.

O cotidiano é a vida de todo homem, todos os dias. Superficialmente, é a repetição dos eventos que garante o sentido de normalidade aos indivíduos. É a condição da produção material da vida que permite a sua reprodução.

Em sua trivialidade, o cotidiano se compõe de repetições: gestos no trabalho e fora do trabalho, movimentos mecânicos (das mãos e do corpo, assim como de peças e dispositivos, rotação, vaivéns), horas, dias, semanas, meses, anos; repetições lineares e repetições cíclicas, tempo da natureza e tempo da racionalidade etc. O estudo da

¹ Utilizamos o termo *cultura popular* para a ratificar a condição de sujeitos históricos dos membros das classes trabalhadoras, enquanto indivíduos e enquanto classe, como produtores de cultura. Portanto, essa definição vai de encontro à perspectiva de cultura popular como sinônimo de pureza e autenticidade de um povo.

atividade criadora (da *produção* no sentido mais amplo) conduz à análise da reprodução, isto é, das condições em que as atividades produtoras de objetos ou de obras se re-produzem elas mesmas, re-começam, re-tomam seus elos constitutivos ou, ao contrário, se transformam por modificações graduais ou por saltos (LEFEBVRE, 1991, p. 24).

Colaborando com o debate, Heller (1992) salienta que nesse processo o homem participa com todos os aspectos de sua individualidade, de sua personalidade. A vida cotidiana é a vida do homem *inteiro*. Além disso, a vida cotidiana é em seu conteúdo heterogênea e hierárquica. Heterogênea por comportar em seus limites várias atividades humanas de um conjunto social. Hierárquica porque em uma sociedade de classes, a vivência e a experiência da cotidianidade também é diferenciável segundo os grupos ou classes sociais a que os indivíduos pertencam.

A vida cotidiana é, em grande medida, heterogênea; e isso sob vários aspectos, sobretudo no que se refere ao conteúdo e à significação ou importância de nossos tipos de atividade. São partes orgânicas da vida cotidiana: a organização do trabalho e da vida privada, os lazeres e o descanso, a atividade social sistematizada, o intercâmbio e a purificação. Mas a significação da vida cotidiana, tal como seu conteúdo, não é apenas heterogênea, mas igualmente hierárquica. (...) A heterogeneidade e a ordem hierárquica (que é condição da organicidade) da vida cotidiana coincidem no sentido de possibilitar uma explicitação “normal” da produção e da reprodução, não apenas no “campo da produção” em sentido estrito, mas também no que se refere às formas de intercâmbio. (HELLER, 1992, p. 18).

A vida cotidiana, portanto, é o palco privilegiado onde a *cultura* engendrada pelo seu caráter ideológico de dominação de classe se realiza e se reproduz com a aparência de normalidade e de imutabilidade para os indivíduos que compõe uma determinada sociabilidade. No entanto, as diferentes alternativas de vivência desse cotidiano, permite que essa *cultura* seja subvertida, alterada, pelas classes trabalhadoras/populares/subordinadas. Isso ocorre porque se torna impossível historicamente para essas classes reproduzirem, de acordo com a sua posição de alienação dos meios de produção da vida, a *cultura* tal qual pensada e vivida pelas classes dominantes. Dessa maneira, sobreviver cotidianamente passa por criar um modo de vida próprio, uma cultura própria, uma *cultura popular*. Em outras palavras, através dos referenciais

da *cultura* do seu tempo, as classes subordinadas criarão a partir dessa uma outra, para que possam se reconhecer e se posicionar como homens inteiros em um mundo que não foi gestado por elas. Como dissemos anteriormente, essa *cultura outra* será resultado do consentimento e da negação à *cultura* de acordo com a consciência possível das classes trabalhadoras.

Se o cotidiano está “no centro do acontecer histórico” (HELLER, 1992, p. 20), o espaço constitui-se como condição e meio para a sua realização. Nas palavras de Carlos (2011),

podemos pressupor que a espacialidade das relações sociais pode ser efetivamente compreendida no plano da vida cotidiana e, a partir desta articulada e redefinida como plano de reprodução das relações sociais, vista numa multiplicidade dos processos que envolvem a reprodução do espaço em seus mais variados aspectos e sentidos socioespacial. Isso porque as relações sociais têm concretude no espaço, nos lugares onde se realiza a vida humana, envolvendo um determinado dispêndio de tempo que se revela como modo de uso do espaço, em dois planos: o individual (que se expressa, em sua plenitude, ato de habitar) e o coletivo (a realização da sociedade), portanto, na dialética do público com o privado (p. 63).

Na mesma direção Soja (1993) afirma que

a espacialidade concreta – a geografia humana efetiva – é, pois, um terreno competitivo de lutas pela produção e reprodução sociais, de práticas sociais que visam, quer à manutenção e reforço da espacialidade existente, quer a reestruturação significativa e/ou a uma transformação radical (p. 158).

Reside aqui a relevância da *produção do espaço* para essa investigação. A espacialidade concreta cria as bases da vida cotidiana das classes populares e, conseqüentemente, suas alternativas de consentir e negar os aspectos culturais da hegemonia, criando uma cultura mediada, mas própria. Trazendo à tona a criação e transformação das escolas de samba do Rio de Janeiro devemos nos concentrar em desvendar a produção do espaço urbano carioca como condição e meio de realização da vida cotidiana das classes trabalhadoras nas áreas periféricas e favelizadas que formarão o grupo social de sambistas das escolas. Esse cotidiano, heterogêneo e hierárquico, criado a partir de um modo de produção capitalista em que o avanço das forças produtivas ocorre de forma molecular, ou seja, em uma revolução burguesa, passiva e

dependente (FERNANDES, 2011), exclui sistematicamente as classes populares dos fóruns de decisão.

As relações contraídas entre os homens produzem uma *cultura* que se reforça e se reproduz a partir do cotidiano. O *fazer diário* é uma constituição ontológica inerente à existência dos seres independente da cooperação definida entre eles. Nesse sentido, o cotidiano é insuprimível. Em uma sociedade de classes, no entanto essas relações tornam-se assimétricas e hierárquicas, asseguradas por uma hegemonia do bloco de poder das classes dominantes que se realiza por meio de uma *cultura* preenchida por elementos ideológicos responsáveis por conformar a dominação de classe. A normalização é alcançada através da repetição e reprodução diária dessas condições da cotidianidade garantida pela legitimidade do Estado. O *fazer diário* traveste-se assim de cotidiano alienado, caracterizado pela separação entre ser e essência, entre os homens e os meios de geração e reprodução da vida.

O desenvolvimento pleno de um modo de produção em uma sociedade de classes promove a alienação das esferas de relações entre os homens. Basicamente aquilo que era próprio ao campo do trabalho generaliza-se para todas as áreas de presença humana. Isso quer dizer que a “margem de movimento”/“campo de manobra”, os espaços de contestação e rompimento com o campo prático-inerte tornam-se mais restritos. Em outras palavras, a generalização da alienação comprime as possibilidades de negação frente ao consentimento.

Conforme a disciplina burocrática típica do domínio do trabalho avança na regulação da vida inteira dos homens recria-se um cotidiano baseado na reificação das relações sociais típica do reino das mercadorias. O cotidiano fetichizado escamoteia-se para tornar-se parte estruturante da *cultura* de um determinado tempo, dificultando a localização e a funcionalidade da hegemonia no interior do *modo de fazer* da vida humana diária.

Interessa-nos pensar que o capitalismo tardio, pelas características apresentadas, desloca a mediação entre negação e consentimento para outra condição. Nesse caso, cada vez mais a possibilidade de negação está subsumida à condição das entrelinhas do consentimento, por assim dizer. A consciência possível das classes subordinadas limitada pela fetichização do cotidiano dificulta a produção e reprodução de uma cultura popular que se expresse por caminhos díspares da manutenção do campo prático-inerte. É a partir dessa análise que devemos

posicionar a existência das escolas de samba das primeiras décadas do século XXI. Faremos isso mais adiante.

O condicionamento geral através da administração do cotidiano passa por um ambiente urbano adaptado a esse fim. Para Lefebvre (1991) a *função social da empresa* invade e se apodera da cotidianidade. O cotidiano programado só pode ser levado a cabo com a produção de um espaço urbano também programado pela lógica da reificação. É nesse sentido que o filósofo francês ratifica a centralidade do espaço, não apenas como mero suporte material das relações sociais de produção, mas como parte do movimento de reprodução do capital. O espaço é (re)produzido para ser consumido, como mercadoria, contribuindo para a formação de um cotidiano fetichizado, a reificação das instâncias sociais da vida dos homens. Para Martins (1999),

é preciso ter em mente que a reprodução ampliada do capital implica a reprodução ampliada das contradições que seu movimento incorpora e engendra. Trata-se, em verdade, do próprio movimento do mundo das mercadorias, no e pelo qual o espaço se torna objeto (...) sobretudo sua produção se torna objeto das estratégias que visam a impulsionar a acumulação de capital, e, portanto, tende a dominar a prática social. (...) o que se encontra em questão é assegurar a produção e a reprodução das relações sociais de produção fundamentais do e essenciais ao capitalismo através da produção do espaço (p. 29).

A recorrência à produção do espaço em si como estratégia das classes dominantes para a manutenção da hegemonia não é exclusiva do nosso tempo. O novo se manifesta pela capacidade dessas classes alcançarem uma produção global e total do espaço social.

Essa extensão enorme de atividade produtiva realiza-se em função dos interesses dos que a inventam, dos que a gerem, dos que dela se beneficiam (largamente). (...) Ele [o capitalismo] encontrou um novo alento na conquista do espaço, em termos triviais, na especulação imobiliária, nas grandes obras, na compra e na venda do espaço. E isso à escala mundial. Esse é o caminho (...) da socialização das forças produtivas, da própria produção do espaço. (...) A estratégia vai muito mais longe que a simples venda, pedaço por pedaço, do espaço. Ela não faz só o espaço entrar na produção da mais-valia, ela visa uma reorganização completa da produção subordinada aos centros de informação e de decisão (LEFEBVRE, 1999, p. 142-143).

A generalização da troca, como exigência do consumo dirigido, reifica o solo urbano: o espaço se vende e se compra em sentido amplo, até mesmo político-simbolicamente. Dessa

maneira, a própria cidade transmuta-se em mercadoria. A emergência da *cidade-mercadoria* faz parte da transformação do processo de produção e concretização da sociedade urbana. Para Lefebvre (2008), nesses termos, a sociedade inteira torna-se urbana.

A *função social da empresa* orienta a gestão e o planejamento voltados para o corolário do “produto-cidade”. O discurso da renovação urbana atinge o cidadão, nesse caso, desnudado em usuário e consumidor de serviços, e o empreendedor urbano, aquele que financia o projeto de cidade. Por conseguinte, abre-se uma disputa acirrada entre os lugares do mundo para oferecer suas marcas em um mercado mundial de cidades. A racionalidade modernizadora, como discurso e ação, estabelece critérios para que as cidades se insiram nos fluxos de reprodução do capital. Para Harvey (2006),

de fato, a redução das barreiras espaciais intensificou ainda mais a concorrência, entre localidades, estados e regiões urbanas, pelo capital destinado ao desenvolvimento. Assim, a governança urbana se orientou muito mais para a oferta de um “ambiente favorável aos negócios”, e para a elaboração de todos os tipos de chamarizes para atrair esse capital à cidade (p. 177-178).

A lógica mercantil, em que os investimentos urbanos serão proporcionais a rentabilidade alcançada com a produção e consumo dos espaços da cidade, potencializa a segregação socioespacial. O direito à cidade converte-se em um consumo intensivo e espetacularizado² (SANTOS, 2008; LEFEBVRE, 2011).

Os chamados “imperativos” do planejamento urbano e as práticas espaciais orientados à reestruturação do espaço das cidades não tem a desigualdade social como questão central. Eles vêm sempre associados a pautas para a reforma política e administrativa dos governos, recomendações para a construção da imagem urbana e para o *marketing* de cidade e propostas de “inserção competitiva das cidades” mediante operações urbanas modernizadoras junto à realização de megaeventos de caráter internacional (SÁNCHEZ, 2010, p. 63).

A manutenção da hegemonia extrapola os limites de uma coerção pura e simples, recorrendo dialeticamente à criação do consenso. Vainer (2002) caracteriza como *patriotismo de cidade* o

² Debord (2012) identifica a fetichização da vida como *espetáculo*. “O espetáculo é o momento em que a mercadoria *ocupou totalmente* a vida social. Não apenas a relação com a mercadoria é visível, mas não se consegue ver além dela: o mundo que se vê é o seu mundo. A produção econômica moderna espalha, extensa e intensivamente, sua ditadura. (...) o consumo alienado torna-se para as massas um dever suplementar à produção alienada” (p. 30-31).

discurso articulado em torno da legitimação do ideário da cidade-produto. Para o autor trata-se de um mecanismo autoritário e verticalista com forte sentimento de pertença ao lugar, em que o poder local conclama as classes subordinadas a legitimarem os planos estratégicos da cidade-mercadoria.

3. ESCOLAS DE SAMBA COMO PRODUTO DA CIDADE-MERCADORIA RIO DE JANEIRO

Os aspectos ideológicos de coerção e consenso realizados pelas classes hegemônicas, e consequentemente, a produção capitalista do espaço não são realizados exclusivamente no presente século, são mecanismos de uma dominação histórica de classe que se potencializam e se complexificam em sua fase tardia. Portanto, conceituamos o capitalismo tardio como a fase avançada do monopólio capitalista, uma continuidade do processo histórico, contrariando o discurso pós-moderno de ruptura e fragmentação que nos levaria a uma suposta sociedade pós-capitalista. Nesse cenário, as classes trabalhadoras são exponencialmente exploradas em um sistema global, que beneficia diretamente os detentores dos meios de produção legitimados pelo poder institucionalizado do Estado.

A dinâmica da evolução urbana brasileira e carioca, fruto de uma modernização que se realiza sem completar-se, potencializa a subversão dos espaços da cidade pelas classes e grupos sociais que ficaram à margem dos planos de intervenção urbanísticos, como vimos anteriormente. Nas palavras de Maricato (2002),

em se tratando de países da semiperiferia, como é o caso do Brasil e de outros países da América Latina, esse modelo, definidor de padrões holísticos de uso e ocupação do solo, apoiado na centralização e na racionalidade do aparelho de Estado, foi aplicado a apenas uma parte das nossas grandes cidades: na chamada cidade formal ou legal. A importação dos padrões do chamado "primeiro mundo", aplicados a uma parte da cidade (ou da sociedade) contribuiu para que a cidade brasileira fosse marcada pela modernização incompleta ou excludente (p. 123).

As escolas de samba do Rio de Janeiro, como parte integrante do carnaval carioca, detêm uma relevância fundamental no arcabouço do *patriotismo de cidade*. Visando reforçar a identidade e a pertença ao lugar, essas agremiações que já faziam parte do imaginário social

construído como “autêntica e tradicional manifestação da cultura popular brasileira”, assumirão um papel relevante da cidade-mercadoria Rio de Janeiro³. Para Ribeiro (2006) vivenciamos uma produção político-imagética da cultura local para a consolidação de uma cidade-marca. Nesse caso, o carnaval carioca serve como exemplo de uma promoção corporativa de capital político-simbólico.

A cidade cosmopolita, a cidade aberta, a cidade cenário tem sido adaptada a arranjos econômicos que se apropriam de acúmulos simbólicos desigualmente distribuídos na paisagem. Estes acúmulos resultam de investimentos culturais pretéritos, da consolidação de hábitos, da inventividade popular e da produção artística com reconhecimento internacional. (...) O carnaval do Rio já era um grande espetáculo antes que a espetacularização se transformasse em diretriz da nova gestão urbana (...) O carnaval corporativo, que não esgota a festa, associa a história popular do samba à mídia, a empresas do mercado globalizado e a celebridades (ricos e famosos) (p. 40).

Nesse sentido, a *cultura* como sinônimo de manifestação cultural local, torna-se mercadoria estratégica, visando singularizar um produto-cidade em um mercado global. Debord (2012) já havia apontado a algumas décadas atrás que a cultura, ou melhor dizendo, os produtos culturais viabilizados por uma indústria cultural de massa, tornar-se-iam “a mercadoria vedete da sociedade espetacular” (p. 126). Corroborando com o exposto, Arantes (2002) aponta que

cultura e economia parecem estar correndo uma na direção da outra, dando a impressão de que a nova centralidade da cultura é econômica e a velha centralidade da economia tornou-se cultural, sendo o capitalismo uma forma cultural entre outras

³ Vainer (2002b) salienta que na elaboração do *Plano Estratégico da Cidade do Rio de Janeiro* (1995) participou como integrante do Conselho da Cidade, formado por várias entidades governamentais e não-governamentais, a Liga Independente das Escolas de Samba (Liesa), demonstrando a centralidade dos desfiles e do carnaval para os negócios da logomarca *Rio de Janeiro*. Recentemente, o programa mercantil e higienista celebrado como revitalização da área portuária do Rio de Janeiro, o *Porto Maravilha* (para quem?), tinha como uma das referências de intervenção e promoção urbano-imobiliária da área central, a *Cidade do Samba*, espaço privado de apresentações e eventos ligados ao carnaval carioca e barracão das escolas de samba do grupo especial sob administração da Liesa. Como justificativa para a sua construção com recursos públicos, segundo o site do empreendimento, “a Prefeitura estava apenas demonstrando o reconhecimento pelo trabalho que as Escolas de Samba vêm fazendo, elevando o prestígio do Rio de Janeiro no mundo inteiro” (<http://cidadedosambarj.globo.com>).

rivais. O que faz com que convivam: participação ativa das cidades nas redes globais via competitividade econômica, obedecendo, portanto, a todos os requisitos de uma empresa gerida de acordo com os princípios da eficiência máxima, e prestação de serviços capaz de devolver aos seus moradores algo como uma sensação de cidadania, sabiamente induzida através de atividades culturais que lhes estimulem a criatividade, lhes aumentem a autoestima, ou os capacitem do ponto de vista técnico e científico. Tais iniciativas, sejam elas grandes investimentos em equipamentos culturais ou preservação e restauração de algo que é alçado ao status de patrimônio, constituem, pois, uma dimensão associada à primeira, na condição de isca ou imagem publicitária (p. 47).

Nossa análise em torno das escolas de samba no século XXI, portanto não se desvincula da produção de um *culturalismo de mercado*, identificados por Arantes (2002) e Ribeiro (2006). Manifestação popular, reproduzida como produto cultural da cidade-mercadoria do Rio de Janeiro, essas agremiações que já vinham nas décadas anteriores incorporando técnicas e formas organizacionais empresariais, consolidam seu papel protagonista de expoentes e divulgadoras do incomparável e insubstituível carnaval brasileiro, publicizado como o “maior espetáculo da Terra”. É a partir desse contexto que devemos entender as mediações de consentimento e negação dos sambistas, em uma estrutura verticalizada e orientada para uma finalidade mercantil.

A produção do espaço urbano do Rio de Janeiro deve ser entendida e analisada no interior dessas contradições apresentadas. São as classes resultantes desse processo em luta que constituirão os parâmetros político-ideológicos da espacialidade carioca. Pensada e executada pelas classes hegemônicas derivadas da modernização incompleta e dependente, a urbe carioca será marcada pela segregação socioespacial contribuindo decisivamente para o bloqueio do exercício da cidadania e do direito à cidade para as classes trabalhadoras.

O carnaval carioca como um acontecimento caracterizado pelo relativo afrouxamento das amarras sociais propicia a possibilidade de disputa político-simbólico e espacial da festa adquirindo fundamental relevância para a análise da cultura popular. Ao ocupar os espaços de sua realização, superando o papel de mero espectador, as classes populares contribuirão decisivamente para a heterogeneidade do evento. Procurando adaptar-se à versão moderna da folia momesca, grupos apresentam modelos de brincar o carnaval que dialogam de formas

variadas negando, muitas vezes inconscientemente, aspectos primordiais da cultura global. Nas palavras de Ferreira (2005),

a tensão que define a festa pode ser entendida como um conflito pela hegemonia do discurso festivo. Conflito esse que se instaura por meio de qualificações e desqualificações, de lembranças e esquecimentos, de enfrentamentos, enfim, que determinam e são determinados pelo espaço festivo. A questão do espaço torna-se crucial para a própria existência da festa na medida em que ela só existe por meio do enfrentamento no e pelo espaço. Lutar por esse espaço festivo e, principalmente, definir esse espaço como festivo é a própria festa (p. 298).

A espetacularização manifesta nos desfiles das escolas de samba do novo século tende a dissipar os conflitos criando artificialmente um consenso em torno da reificação das festividades populares. Esse apaziguamento estreito e superficial concorre para a criação de um evento controlado e previsível segundo os ditames de uma indústria cultural promovendo o paulatino desaparecimento do *teor festivo*. Entre as escolas de samba, tanto na preparação nas quadras e nos barracões, quanto na execução, verifica-se a aplicação de modos de gestão empresarial de pessoas e recursos esvaziando o sentido das culturas de produção populares. Interessados pelo tema discutem o processo de perda da centralidade político-simbólica das escolas em seus bairros, o regressivo envolvimento das comunidades e os desfiles voltados para consumidores eventuais e turistas.

Apresenta-se no horizonte dos estudos sobre cultura popular carioca o debate no interior das escolas de samba acerca dos rumos dessa forma de brincar o carnaval. O Departamento Cultural da Vila Isabel, parceiro dessa investigação, por exemplo, tem procurado interlocuções que possam tratar da questão do espetáculo e do distanciamento das comunidades com as escolas, que perdem pelo menos desde o início do século, a legitimidade e o reconhecimento das novas gerações como artefato político-simbólico daqueles grupos sociais. Outros departamentos culturais e grupos interessados têm realizado trabalho semelhante em outras agremiações. Para fora dos “muros das escolas” esse debate precisa tornar-se público a fim de apontar caminhos direcionados para a ideia de que as culturas populares das escolas sejam a

razão última das suas existências e não apenas fragmentos de ações conscientes e inconscientes, individuais ou coletivas, como denominamos genericamente “brechas de negação”.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A fetichização das esferas constitutivas da realidade humana que promove o processo de esvaziamento político-simbólico das manifestações culturais populares não será revertida ou liquidada com a plena modernização das relações sociais de produção capitalistas. Embasamos nossa análise no pressuposto de que a cultura popular é resultado de negação e consentimento das classes subalternizadas à cultura hegemônica. Na situação brasileira, o popular se manifesta sobretudo nas entrelinhas do consentimento, em grande parte, pela revolução pelo alto que não garantiu à grande parte dessas classes os direitos republicanos que permitissem o exercício regular da cidadania através, inclusive, da criação e manutenção dos aparelhos formais de contra-hegemonia. A coerção deliberada associada ao consenso passivo restringe os espaços de atuação e de manobra interrompendo-se o processo democrático em momentos de crise. A festa carnavalesca, ainda que no interior de uma cultura hegemônica, admite uma atuação inexistente ou precária em outras instâncias da vida nacional. Nessas ocasiões a cultura popular disputou/disputa os lugares da festa rompendo e reinterpretando sua condição subalternizada mesmo quando o Estado através da invenção da tradição, reproduzida para além do discurso oficial, manipula ideologicamente seus elementos em busca da conformação de uma cultura artificialmente programada para servir a uma identificação comum, uma *cultura brasileira*.

A constituição do grupo social dos sambistas das escolas de samba ocorre pelo reconhecimento dos seus pares imediatos entre aqueles que se interessam pelos festejos carnavalescos, por formas coletivas de brincar o carnaval, de representar perante o restante da cidade, suas comunidades. A produção capitalista do espaço do Rio de Janeiro, o consequente fenômeno da favelização e da segregação socioespacial, conformam um modo de vida baseado nas redes de solidariedade recíprocas, na autoconstrução informal e na constituição de regras e normas de convivência derivadas da cidadania precária. Assim como favelas e periferias, a invenção carnavalesca resultante desse convívio social nasce mediada por experiências entrecruzadas anteriores e negociada com a cultura global para a sua realização.

A circularidade cultural proveniente da negociação assimétrica leva as agremiações a uma organização interna em consonância com o crescimento da representatividade desse modelo de carnaval enquadrado como uma das autênticas manifestações nacionais. Nas últimas décadas, a experiência popular carnavalesca institucionalizada enfrenta a perda do controle decisório dos sambistas como parte de um rearranjo político-simbólico voltado para a acirrada disputa das agremiações em um certame idealizado como produto turístico-cultural da cidade-mercadoria *Rio de Janeiro*[®]. Por isso afirmamos que o pleno desenvolvimento das relações sociais de produção capitalistas e o integral exercício da cidadania liberal não conduzirão a emancipação das classes trabalhadoras e, conseqüentemente, da cultura popular, inevitavelmente submetida a uma realidade produzida para mantê-las alienadas dos mecanismos de produção material da vida, restando negar e consentir, de acordo com as condições históricas herdadas e apresentadas. Em outras palavras, apesar do avanço das forças produtivas nos países de capitalismo central, por assim dizer, as classes trabalhadoras nesses e em outros lugares do mundo continuam fetichizadas da possibilidade de construção dos caminhos da sua própria existência, da criação de uma sociabilidade e de uma espacialidade portadoras de um cotidiano emancipado da objetificação e da desumanização originada pela condição de mercadoria. Essa situação será alterada, ao nosso ver, quando os grupos sociais provenientes das classes trabalhadoras extrapolarem as relações imediatas dos seus pares para um reconhecimento de classe.

Sabemos que os sambistas das escolas de samba como parte da cultura popular não representam um bloco monolítico de pensamento e ação livres das amarras político-ideológicos da sociabilidade existente mas a sua experiência histórica sinaliza que os indivíduos e grupos sociais provenientes das classes trabalhadoras são sujeitos capazes de intervir sobre a realidade histórico-espacial e que possuem a chave da transformação e superação da ordem dominante capitalista abrindo a possibilidade de abolição em definitivo das “ordens”, e conseqüentemente, das acepções adjetivadas, estereotipadas e hierárquicas das culturas *subalternas* e *hegemônicas*.

5. REFERÊNCIAS

ARANTES, Otília Beatriz Fiori. *Uma estratégia fatal. A cultura nas novas gestões urbanas*. In.: ARANTES, O.; VAINER, C.; MARICATO, E. (Orgs.). *A cidade do pensamento único*. Petrópolis: Vozes, 2002.

CARLOS, Ana Fani. Da organização à produção do espaço no movimento do pensamento geográfico. In: CARLOS, A. F.; SOUZA, M. L.; SPOSITO, M. E. B. (orgs.). *A produção do espaço urbano*. São Paulo: Contexto, 2011.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FERNANDES, Florestan. *A revolução burguesa no Brasil*. São Paulo: Globo, 2011.

FERREIRA, Felipe. *Inventando carnavais*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.

HARVEY, David. *A produção capitalista do espaço*. São Paulo: Annablume, 2006.

HELLER, Agnes. *O cotidiano e a história*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

LEFEBVRE, Henri. *A vida cotidiana no mundo moderno*. São Paulo: Ática, 1991.

_____. *A Revolução Urbana*. Belo Horizonte: UFMG, 1999.

_____. *Espaço e Política*. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

_____. *O direito à cidade*. São Paulo: Centauro, 2011.

MARICATO, Ermínia. *As ideias fora do lugar e o lugar fora das ideias*. In.: ARANTES, O.; VAINER, C.; MARICATO, E. (Orgs.). *A cidade do pensamento único*. Petrópolis: Vozes, 2002.

MARTINS, S. Crítica à economia política do espaço. In: DAMIANI, A. L.; CARLOS, A. F.; SEABRA, O. C. L. (orgs.). *O espaço no fim de século – a nova raridade*. São Paulo: Contexto, 1999.

MARX, Karl. *A ideologia alemã*. São Paulo: Boitempo, 2007.

_____. *O 18 de Brumário de Luís Bonaparte*. São Paulo: Boitempo, 2011.

RIBEIRO, Ana Clara Torres. A acumulação primitiva do capital simbólico. In: JEUDY, H. P.; JACQUES, P. B. (Orgs.). *Corpos e Cenários urbanos: territórios urbanos e políticas culturais*. Salvador: EDUFBA; PPG-AU/FAUFBA, 2006.

SÁNCHEZ, Fernanda. *A reinvenção das cidades para um mercado mundial*. Chapecó: Argos, 2010.

SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: HUCITEC, 2008.

SOJA, Edward. *Geografias pós-modernas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.

THOMPSON, Edward Palmer. *Costumes em comum*. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

VAINER, Carlos. Pátria, empresa e mercadoria. In.: ARANTES, O.; VAINER, C.; MARICATO, E. (Orgs.). *A cidade do pensamento único*. Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. Os liberais também fazem planejamento urbano? In.: ARANTES, O; VAINER, C; MARICATO, Ermínia. *A cidade do pensamento único*. Petrópolis: Vozes, 2002b.

WILLIAMS, Raymond. *Marxismo e literatura*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.